

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA  
EKONOMICKÁ FAKULTA

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA  
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA ÚČETNICTVÍ

**Právní, účetní a daňové aspekty darů a reklam**

**Law, Accounting and Tax Aspects of Donations and Advertisements**

Student: Petra Podzemná

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Alžběta Urbancová, Ph. D.

Ostrava 2011

Místopřísežně prohlašuji, že jsem celou bakalářskou práci včetně příloh vypracovala samostatně a v seznamu literatury jsem uvedla všechny použité zdroje.

V Ostravě dne 2. 5. 2011

.....

Petra Podzemná

## **Poděkování**

Děkuji své vedoucí bakalářské práce Ing. Alžbětě Urbancové Ph. D. za pozornost, kterou mé práci věnovala, za odbornou pomoc při vypracování této práce a za ochotu při konzultacích. Dále bych ráda poděkovala Ing. Luděkovi Kramolišovi za věcné připomínky k práci a za zpracování oponentského posudku.

# OBSAH

<b>1. Úvod .....</b>	<b>1</b>
<b>2. Dary a reklamy v právních předpisech .....</b>	<b>3</b>
2.1. Dary v právních předpisech.....	3
2.1.1. Charakteristika .....	3
2.1.2. Darovací smlouva .....	3
2.1.3. Daň darovací.....	4
2.2. Reklama v právních předpisech .....	7
2.2.1. Pojem reklamy .....	7
2.2.2. Právní regulace .....	8
2.2.3. Právní úprava v České republice .....	9
2.2.3.1. Nejdůležitější právní normy související s reklamou.....	9
2.2.4. Reklama v Obchodním zákoníku .....	10
2.2.4.1. Klamavá reklama .....	10
2.2.4.2. Srovnávací reklama .....	11
2.2.5. Občanský zákoník a jeho souvislosti s reklamou .....	12
2.2.6. Souvislosti s ostatními právními předpisy .....	12
2.2.6.1. Zákon o regulaci reklamy .....	13
2.2.6.2. Autorský zákon .....	13
<b>3. Účetní problematika darů a reklam .....</b>	<b>14</b>
3.1. Účetní problematika darů .....	14
3.1.1. Poskytnuté dary .....	14
3.1.1.1. Dar zásob u plátce DPH.....	15
3.1.1.2. Poskytnutá služba jakožto dar .....	16
3.1.2. Přijaté dary .....	17
3.1.3. Dary v daňové evidenci.....	18
3.1.4. Účetní zachycení daně darovací .....	18
3.1.5. Nestátní nevýdělečné organizace .....	19
3.1.5.1. Definice .....	19
3.1.5.2. Dary přijaté.....	20
3.1.5.3. Dary poskytnuté .....	21
3.2. Účetní problematika reklam.....	22
3.2.1. Reprezentace a reklama v širším pojetí .....	22
3.2.2. Reklamní předměty a obchodní vzorky .....	24
3.2.3. Účetní zachycení nákladů na reklamu a propagaci.....	24

3.2.4.	Zásada věcné a časové souvislosti .....	27
3.2.5.	Reklama v daňové evidenci .....	28
<b>4.</b>	<b>Daňové aspekty darů a reklam .....</b>	<b>29</b>
4.1.	Daňové aspekty darů .....	29
4.1.1.	Daně a dary .....	29
4.1.2.	Okruh příjemců darů, účel daru .....	29
4.1.3.	Daňové souvislosti přijatých darů .....	30
4.1.3.1.	Příklad – daň darovací .....	31
4.1.4.	Uplatnění darů u fyzických osob .....	34
4.1.4.1.	Prokazování poskytnutí daru .....	34
4.1.4.2.	Sdružení fyzických osob .....	35
4.1.4.3.	Příklad - uplatnění darů v dani z příjmů fyzických osob .....	35
4.1.5.	Zahrnutí darů do základu daně u osob právnických .....	37
4.1.5.1.	Příklad - uplatnění darů v dani z příjmů právnických osob .....	38
4.1.6.	Dary u veřejné obchodní společnosti a komanditní společnosti .....	40
4.1.7.	Daňové dopady darů u nevýdělečných organizací .....	40
4.1.7.1.	Zohlednění přijatých a poskytnutých darů z daňového hlediska ..	40
4.1.7.2.	Daň darovací .....	41
4.2.	Daňové aspekty reklam .....	42
4.2.1.	Daňová uznatelnost nákladů na reklamu .....	42
4.2.2.	Plátce DPH .....	43
4.2.3.	Příjmy z reklam u nevýdělečných organizací .....	44
<b>5.</b>	<b>Závěr .....</b>	<b>45</b>
	<b>Seznam použité literatury .....</b>	<b>47</b>
	<b>Seznam zkratk</b>	
	<b>Seznam tabulek</b>	
	<b>Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce</b>	
	<b>Seznam příloh</b>	
	<b>Přílohy</b>	

# 1. ÚVOD

Chci se zaměřit na účetní postupy? Nebo by bylo lepší psát o daňové problematice? Tak to byly dvě zásadní otázky, které jsem si při výběru své bakalářské práce položila. Váhala jsem dlouho, kterou variantu si mám vybrat, ale rozhodnout jsem se nedokázala. Možná i proto, že jsem narozena ve znamení vah a tudíž je mi váhání souzeno. Nejpříjemnějším řešením byl tedy kompromis – neboli zlatá střední cesta – budu psát jak o principech účetních, tak o problematice daňové.

A čeho se práce bude konkrétně týkat? Již z počátku jsem věděla, že chci mít práci teoreticko-praktického charakteru. Představovala jsem si spojení teorie a praxe s ní související tak, aby vznikl ucelený náhled na danou problematiku. Téma reklamy a darů k takovému kroku přímo vybízí. Je třeba mít povědomí o jistém teoretickém základu, který se v praxi aplikuje do účetních zápisů a daňových přiznání.

Téma „**Právní, účetní a daňové aspekty darů a reklam**“ jsou tím vhodným východiskem, které mi umožňuje popsat problematiku daňovou i účetní, a to z pohledu teoretického i praktického. Oblast práva vše logicky doplňuje a pro mě je zajímavým zpestřením účetně-daňového pohledu.

Práce je, jak již její název napovídá, pojata ze tří pohledů – právního, účetního a daňového – každému je věnována samostatná kapitola. Každá kapitola se dále člení v závislosti na tom, zda se v ní věnuji reklamě nebo darům.

O právních předpisech pojednává kapitola druhá. Významnou roli z hlediska darů zde sehrává darovací smlouva a darovací daň. V oblasti reklamy se zaměřuji na její právní regulaci a dále pak na její charakteristiku zejména z pohledu obchodního a občanského zákoníku.

Kapitola třetí řeší účetní pojetí. Je zaměřena na účetní postupy poskytnutých a přijatých darů, zúčtování daně darovací. Oblast reklamy rozvádím především na zúčtování běžných nákladů na reklamu v její věcné a časové souvislosti, reprezentaci, reklamní předměty. Obě problematiky jsou popsány také v souvislosti s daňovou evidencí fyzických osob.

Daňové aspekty darů a reklam jsou náplní čtvrté kapitoly, kde se zabývám zejména daňovou uznatelností nákladů na reklamu a reprezentaci. Zmiňuji se také o souvislostech reklamy s problematikou daně z přidané hodnoty. U darů je hlavním tématem jejich zohlednění v základu daně jak u poskytovatelů, tak u jejich příjemců.

Problematiku darů a reklam neřeším pouze z pohledu podnikatelských subjektů, které většinou figurují na straně poskytovatele daru nebo objednatele reklamy. Práce se zaměřuje i na nestátní neziskové organizace, které jsou zpravidla příjemcem daru, případně mají příjmy z reklam. Takto získané prostředky mohou pro tyto organizace znamenat významný příjem, jež jim umožňuje vykonávat hlavní činnost, pro kterou byly zřízeny.

Zpravidla všechny subjekty preferují dosažení co nejnižšího základu daně, aby prostředky potřebné pro jejich činnost nebyly příliš zatíženy daňovou povinností. **Cílem této práce je nastínit způsoby optimalizace daňového základu v souvislosti s dary a reklamou pro podnikatelské i nestátní neziskové subjekty** tak, aby jejich uplatnění mělo pro tyto subjekty co největší přínos.

A zároveň cílem této práce je **zpracovat komplexní pohled na dary a reklamu z hlediska daňového, právního i účetního**, aby její užití v praxi mohlo být podpůrným nástrojem při rozhodování v oblasti reklamy a darů jak pro začínající podnikatele, tak pro nově vzniklé nestátní neziskové organizace. Věřím, že i účetním by tato práce mohla v určitých případech pomoci ke správnému vyhodnocení skutečných účetních případů.



## **2. DARY A REKLAMY V PRÁVNÍCH PŘEDPISECH**

### **2.1. DARY V PRÁVNÍCH PŘEDPISECH**

#### **2.1.1. CHARAKTERISTIKA**

Darem rozumíme **bezúplatný převod majetku dárce na obdarovaného**. Jedná se o jednostranné plnění, kdy obdarovaný prohlašuje, že dar přijímá a současně dárce nenáleží žádné protiplnění. Může mít podobu movitou, nemovitou i peněžní. Obdarovaný je dle zákona č. 357/1992 Sb., o dani dědické, dani darovací a dani z převodu nemovitostí, povinen zaplatit darovací daň, která se v daňovém systému ČR řadí mezi daně majetkové.

Problematiku darování můžeme nalézt v těchto právních předpisech:

- zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů vymezuje náležitosti darovací smlouvy,
- zákon č. 357/1992 Sb., o dani dědické, dani darovací a dani z převodu nemovitostí, ve znění pozdějších předpisů řeší problematiku odvodu daně darovací a
- zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů, ve znění pozdějších předpisů stanovuje pravidla uplatnění darů v souvislosti se základem daně.

První dva zmíněné právní předpisy budou rozvedeny hned v následujících řádcích této práce a postavení darů v zákoně o daních z příjmů bude charakterizováno ve 4. kapitole.

#### **2.1.2. DAROVACÍ SMLOUVA**

Převod darovaného majetku se uskutečňuje na základě darovací smlouvy. Ta, aby byla platná, musí obsahovat **obecné náležitosti smluv** a zároveň se musí řídit ustanovením **§ 628 - § 630 občanského zákoníku**, kde jsou vymezeny specifika darovací smlouvy.

V té nejjednodušší formě by darovací smlouva měla obsahovat:

- popis smluvních stran – tj. dárce a obdarovaného – u fyzických osob se uvádí jméno a příjmení, trvalé bydliště, případně rodné číslo; u právnických

- osob se uvádí název organizace, sídlo, identifikační číslo a jméno (případně pozice) zástupce, který má právo za organizaci jednat,
- přesnou definici předmětu daru a jeho účel,
  - tvrzení dobrovolné vůle dárce předmět daru darovat,
  - projev vůle obdarovaného ve smyslu dar přijmout, případně stanovení lhůty, ve které obdarovaný takto učiní,
  - datum podpisu smlouvy a podpisy obou smluvních stran.

Další případné náležitosti a také jakési principy související s darovací smlouvou stanovuje občanský zákoník ve své třetí hlavě takto:

- dokument musí mít písemnou podobu, je-li předmětem daru nemovitost,
- u movitých věcí musí být forma darovací smlouvy písemná, jestliže při darování nedojde k odevzdání a převzetí věci,
- je-li plnění smlouvy stanoveno na dobu po dárce smrti, darovací smlouva je neplatná,
- má-li darovaná věc vady, a dárce o nich ví, je povinen na ně upozornit; pokud to neudělá, může obdarovaný dar vrátit,
- pokud by se obdarovaný choval hrubě a nemravně k osobě dárce či jeho blízkým, může se dárce domáhat vrácení daru zpět.

Pro názornost je možná forma a podoba darovací smlouvy dle zmíněných kritérií uvedena v Příloze č. 3.

### **2.1.3. DAŇ DAROVACÍ**

Daň darovací upravuje zákon č. 357/1992 Sb., o dani dědické, dani darovací a dani z převodu nemovitostí. Tento právní předpis definuje poplatníka darovací daně, vymezuje předmět daně, základ daně, rozděluje osoby do skupin pro účely výpočtu daně, stanoví místní příslušnost správce daně, splatnost daně, podání daňového přiznání a v neposlední řadě také vyjmenovává podmínky, za kterých je nabytí daru od daně osvobozeno.

**Poplatníkem daně** darovací je nabyvatel daru. Pokud fyzická nebo právnická osoba s bydlištěm nebo sídlem v tuzemsku bezúplatně poskytne majetek osobě,

kteřá nemá sídlo nebo bydliště v tuzemsku, stává se poplatníkem daně darovací dárce. Jestliže dárce nefiguruje v roli poplatníka, stává se ručitelem a ručí za to, že daň bude odvedena.

**Předmětem daně** darovací je bezúplatné nabytí majetku, čímž se rozumí nemovitost, movitý majetek nebo jiný majetkový prospěch. Jestliže bylo s bezúplatným převodem nemovitosti také bezúplatně zřízeno věčné břemeno, i to se stává předmětem daně darovací.

Předmětem daně darovací není např. bezúplatný převod majetku stanovený jiným právním předpisem, vyplácený důchod na základě smlouvy o důchodu, bezúplatné nabytí majetku, které je předmětem daně z příjmů nebo daně dědické, dotace a podpory ze státního rozpočtu a jiných rozpočtů, jakožto i z rozpočtu Evropské unie.

**Základem daně** darovací je cena majetku, tj. předmětu daně, která se snižuje o:

- prokázané dluhy a jiné povinnosti, které se k předmětu daně váží,
- cenu majetku osvobozeného od daně darovací,
- v případě, že se jedná o movité věci darované z ciziny o clo a daň placenou při dovozu.

Pro účely výpočtu daně darovací se **obdarované osoby řadí do tří skupin**, podle toho, jaký mají vztah k osobě dárce. Při tomto rozdělení se považuje příbuzenský vztah vzniklý narozením rovný vztahu založeném na osvojení.

Do první skupiny se řadí příbuzní v řadě přímé – rodiče, děti, prarodiče, vnoučata - a manželé dárce. Druhá skupina hovoří o příbuzných v řadě pobočné – tj. sourozenci, synovci, neteře, strýcové a tety, ale také manželé dětí (zeťové a snachy), děti manžela, rodiče manžela, manželé rodičů a osoby, které s dárce žily nejméně jeden rok ve společné domácnosti. Do skupiny třetí patří ostatní fyzické a právnické osoby.

Fakticky odvádí darovací daň pouze osoby uvedené ve třetí skupině, protože první dvě skupiny jsou od této daně dle § 19, odst. 3 osvobozeny.

**Sazba daně** darovací pro třetí skupinu osob je stanovena v § 14 zákona o dani dědické, dani darovací a dani z převodu nemovitostí.

**Místně příslušným správcem daně** darovací je ten, v jehož obvodu územní působnosti má trvalý pobyt nebo sídlo nabyvatel daru. V případě, že se jedná o dar do ciziny, je místně příslušným správcem daně ten, v jehož obvodu územní působnosti má trvalý pobyt nebo sídlo dárce.

Poplatník má povinnost podat daňové přiznání do 30 dnů od rozhodného dne, kterým je např. převod majetku, doručení smlouvy, atd. Do daňového přiznání se uvedou údaje rozhodné pro stanovení daně darovací a tu na základě uvedených informací stanoví až správce daně – poplatník daň sám nepočítá. Tato daň je poté splatná do 30 dnů ode dne doručení platebního výměru. Činí-li daň darovací méně než 100 Kč, poplatník daňové přiznání podá, správce daně vyměřenou daň nepředepíše a poplatník tudíž daň ani neplatí. Jestliže poplatník daně zjistí skutečnosti, které by vedly k vykázání vyšší daně, musí podat dodatečné daňové přiznání.

**Od daně darovací jsou osvobozeny** osoby zařazené v první a druhé skupině. U osob třetí skupiny je od daně darovací osvobozeno:

- nabytí movitých věcí osobní povahy u fyzických osob v hodnotě 20 000 Kč, pakliže tyto věci po dobu 1 roku před nabytím nebyly součástí obchodního majetku dárce,
- nabytí vkladů na účtech u bank a peněžních prostředků (cenných papírů) v hodnotě 20 000 Kč.

Daň se vybere pouze z ceny převyšující uvedenou částku.

Od daně darovací je dále osvobozeno bezúplatné nabytí majetku právnickou osobou založenou nebo zřízenou k činnosti v oblasti kultury, školství, výchovy a ochrany dětí a mládeže, vědy, výzkumu a vývoje, vzdělávání, zdravotnictví, sociální péče, ekologie, ochrany opuštěných zvířat nebo ohrožených druhů zvířat, tělovýchovy, sportu a požární ochrany, je-li dar určen na zabezpečení uvedené činnosti.

Také se od daně darovací osvobozuje nabytí peněžních prostředků poskytnutých fyzické osobě, která je prokazatelně použije na zvýšení nebo změnu

kvalifikace, studium, léčení, úhradu sociálních služeb nebo na zakoupení pomůcky pro zdravotně postižené.

Mnohem podrobnější druhy osvobození od daně darovací uvádí § 19 a § 20 zákona o dani dědické, dani darovací a dani z převodu nemovitosti.<sup>1</sup>

Vyplněné daňové přiznání k dani darovací je obsahem Přílohy č. 4 . Obsahuje veškeré výše popsané formální náležitosti a navazuje na ukázkový příklad výpočtu daně z kapitoly 4.1.3.1.

## 2.2. REKLAMA V PRÁVNÍCH PŘEDPISECH

### 2.2.1. POJEM REKLAMY

Reklama je, byla a bude běžnou součástí obchodního života. Jejím hlavním cílem je zvýšení pozornosti okolí. V dnešní době ji máme stále na očích, oslovuje nás prakticky na každém rohu. A i když ji nevyhledáváme, stejně se jí v mnoha případech nevyhneme. Pro její rozličnost a různorodost bylo nutné vymezit jisté hranice její působnosti, které chrání jak podnikatele, tak širokou veřejnost.

Ale co to vlastně reklama je? Slovo reklama vzniklo z latinského „*reklamare*“, které v překladu vyjadřovalo sousloví „*znovu křičeti*“. A tento překlad odpovídal obchodní komunikaci v době, kdy nebyl k dispozici rozhlas, televize či internet.

Každý si pod tímto pojmem může představit něco jiného a přece budou mít všichni pravdu. Jednoduše by se dalo říci, že **reklama je jakákoliv forma propagace výrobku či služby za účelem zvýšení prodeje.**

Odborná literatura definuje reklamu jakožto podmnožinu komerčních komunikací, do níž řadí pět základních prvků:

- *reklamu* jakožto obchodní sdělení,
- *sponzorství* - tedy vyjádření dobré vůle za účelem vylepšení pověsti,
- *direct marketing* neboli přímý prodej,

---

<sup>1</sup> Dle zákona č. 357/1992 Sb., o dani dědické, dani darovací a dani z převodu nemovitostí

- *podporu prodeje* - čili způsob okamžitého zvýšení prodeje například za pomoci spotřebitelské soutěže,
- *publicitu* neboli mediální obchodní sdělení.<sup>2</sup>

A zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy rozumí pod pojmem reklama toto: „oznámení, předvedení či jiná prezentace šířené zejména komunikačními médii, mající za cíl podporu podnikatelské činnosti, zejména podporu spotřeby nebo prodeje zboží, výstavby, pronájmu nebo prodeje nemovitostí, prodeje nebo využití práv nebo závazků, podporu poskytování služeb a propagaci ochranné známky“.

### 2.2.2. PRÁVNÍ REGULACE

Základní nástroje regulace reklamy se odvíjejí ze dvou primárních okruhů českého práva - z práva veřejného a práva soukromého. Rozdíl mezi těmito dvěma pojmy je jasný už z jejich názvu. **Veřejné právo** má za úkol regulovat jevy, jejichž dopad se týká celé společnosti. **Soukromé právo** reguluje ty jevy, jejichž dopad se týká konkrétních osob a ty samy rozhodují o tom, zda se budou v případě potřeby domáhat nápravy porušených práv či nikoliv. V případě veřejného práva o tomto rozhoduje státní orgán bez ohledu na vůli jiných osob.

Kromě právní regulace reklamy bychom se mohli opřít také o něco, co je zakotveno v každém z nás – o etiku. Etika pracuje zejména s pojmy nevkus, neslušnost, vulgarita apod. Je ovšem jasné, že hranice, které si etika snaží všeobecně určit, může každý jedinec vnímat odlišně a tím samozřejmě vznikají i odlišné názory na sporné druhy reklamy. Proto byl Radou pro reklamu vytvořen mimoprávní nástroj regulace reklamy, tzv. **Etický kodex reklamy**<sup>3</sup>, jehož cílem je dbát na to, aby reklama byla především pravdivá, slušná, čestná a zároveň by měla splňovat mezinárodně uznávané zásady reklamní praxe.

Pakliže tyto tři systémy – právo veřejné, právo soukromé a etiku – spojíme dohromady, můžeme hovořit o jakémsi vzorovém systému regulace reklamy. Žádný z těchto tří systému neuspěje sám o sobě a o žádném nelze jednoznačně říci, že je nejlepší.

<sup>2</sup> Dle publikace Reklama a právo, JUDr. Filip Winter, 2001

<sup>3</sup> Rada pro reklamu, [www.rpr.cz/cz/dokumenty\\_rpr.php](http://www.rpr.cz/cz/dokumenty_rpr.php)

### 2.2.3. PRÁVNÍ ÚPRAVA V ČESKÉ REPUBLICE

**Česká republika využívá** ve své regulaci reklamy **všech tří výše zmíněných systémů**. A stejně jako v jiných oblastech práva se drží zásady „*co není zakázáno, je povoleno*“. Z toho jednoznačně plyne, že právní řád neupravuje to, co se v reklamě smí, nýbrž stanovuje to, co se v ní nesmí. Zároveň je právní úprava reklamní tematiky v souladu s direktivami Evropské unie.

#### 2.2.3.1. Nejdůležitější právní normy související s reklamou

Právní předpisy z oblasti veřejného práva:

- zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy,
- zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání,
- zákon č. 40/2009 Sb., trestní zákoník,
- zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů,
- zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele,
- zákon č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů,
- zákon č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích,
- a další předpisy, jejichž význam v každodenní praxi je menší.

Právní předpisy z oblasti soukromého práva:

- zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník,
- zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník.

Další právní předpisy, zejména:

- zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon,
- zákon č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách,
- směrnice Evropského parlamentu a Rady , zejména 2006/114/ES o klamavé a srovnávací reklamě a 2005/29/ES o nekalých obchodních praktikách ve vztazích mezi podnikateli a spotřebiteli.

A v neposlední řadě také Etický kodex reklamy, který se zabývá zmíněnou etikou v reklamě.

## 2.2.4. REKLAMA V OBCHODNÍM ZÁKONÍKU

Tržní ekonomika je založena na vztahu nabídky a poptávky. V momentě, kdy se tyto dva prvky trhu střetnou, vzniká tržní cena. Ale protože běžně nabídka převyšuje poptávku, stanovení tržní ceny není tak jednoznačné. Subjekty zastupující stranu nabídky mají zájem na tom, aby právě jejich podíl na trhu byl co největší - a bohužel, v mnohých případech takto činí, aniž by respektovaly dobré mravy hospodářské soutěže. Stát se snaží do takové soutěže co nejméně zasahovat, ale zároveň chrání „*pochtivé hráče*“ zákonnými pravidly a nemravné soutěžní praktiky tímto zakazuje. Ovšem je pouze na nich, zda a v jaké míře tento nástroj možné obrany použijí.

**Hospodářská soutěž bývá narušována nekalou soutěží**, jejíž součástí jsou i nekalé reklamní praktiky. Obchodní zákoník ve znění § 44 definuje nekalou soutěž jako: „*jednání v hospodářské soutěži nebo hospodářském styku, které je v rozporu s dobrými mravy soutěže a je způsobilé přivodit újmu jiným soutěžitelům, spotřebitelům nebo dalším zákazníkům*“. A toto jednání je zakázáno. Nekalou soutěží se dle této definice kromě jiného rozumí i klamavá a srovnávací reklama.

### 2.2.4.1. Klamavá reklama

**Klamavou reklamou je** dle § 45 Obchodního zákoníku **šíření údajů** o vlastním nebo cizím podniku, jeho výrobcích či výkonech, které **je způsobilé vyvolat klamnou představu** a zjednat tím vlastnímu nebo cizímu podniku v hospodářské soutěži nebo v hospodářském styku prospěch na úkor jiných soutěžitelů, spotřebitelů nebo dalších zákazníků. Za šíření údajů se považuje sdělení mluveným nebo psaným slovem, tiskem, vyobrazením, fotografií, rozhlasem, televizí či jiným sdělovacím prostředkem. Klamavý je i údaj sám o sobě pravdivý, jestliže vzhledem k okolnostem a souvislostem, za nichž byl učiněn, může uvést v omyl.<sup>4</sup>

Skutková podstata klamavé reklamy se naplní, pakliže:

- subjekt na trhu šíří informace o podniku, výrobku či výkonu, nebo

---

<sup>4</sup> Přesná definice dle § 45 Klamavá reklama zákona 513/1991 Sb., obchodního zákoníku



- šířené údaje vyvolávají klamavou představu – zde není řečeno, že musí být pravdivé, nebo
- vyvolaná klamavá představa zaručí subjektu na trhu prospěch na úkor jiných subjektů.<sup>5</sup>

#### 2.2.4.2. Srovnávací reklama

Podle § 50a Obchodního zákoníku je **srovnávací reklamou jakákoli reklama, která** výslovně nebo i nepřímo **identifikuje jiného soutěžitele** anebo zboží nebo služby nabízené jiným soutěžitelem. „Srovnávací reklama **je přípustná, jen pokud:**

- *není klamavá,*
- *srovnává jen zboží nebo služby uspokojující stejné potřeby nebo určené ke stejnému účelu,*
- *objektivně srovnává jeden nebo více základních znaků daného zboží nebo služeb, které jsou pro ně důležité, ověřitelné a charakteristické, mezi nimiž může být i cena,*
- *nevede k vyvolání nebezpečí záměny na trhu mezi tím, jehož výrobky nebo služby reklama podporuje, a soutěžitelem nebo mezi jejich podniky, zbožím nebo službami, ochrannými známkami, firmami nebo jinými zvláštními označeními, která se pro jednoho nebo druhého z nich stala příznačnými,*
- *nezlehčuje nepravdivými údaji podnik, zboží nebo služby soutěžitele ani jeho ochranné známky, firmu či jiná zvláštní označení, která se stala pro něj příznačnými, ani jeho činnost, poměry či jiné okolnosti, jež se jej týkají,*
- *se vztahuje u výrobků, pro které má soutěžitel oprávnění užívat chráněné označení původu, vždy jenom na výrobky se stejným označením původu,*
- *nevede k nepoctivému těžení z dobré pověsti spjaté s ochrannou známkou soutěžitele, jeho firmou či jinými zvláštními označeními, která se pro něj stala příznačnými, anebo z dobré pověsti spjaté s označením původu konkurenčního zboží, a*
- *nenabízí zboží nebo služby jako napodobení nebo reprodukci zboží nebo služeb označovaných ochrannou známkou nebo obchodním jménem nebo firmou.*

---

<sup>5</sup> Dle publikace Reklama a právo, JUDr. Filip Winter, 2001

*Jakékoli srovnání odkazující na zvláštní nabídku musí jasně a jednoznačně uvést datum, ke kterému tato nabídka končí, nebo musí uvést, že bude ukončena v závislosti na vyčerpání zásob nabízeného zboží nebo služeb. Jestliže zvláštní nabídka nezačala ještě působit, musí soutěžitel také uvést datum, jímž začíná období, v němž se uplatní zvláštní cena nebo jiné zvláštní podmínky.“*

Z výše uvedeného lze vyvodit jednoduché tvrzení: **srovnávací reklama je za daných podmínek dovolena, ale jinak je všeobecně zakázána**. Jestliže jsou statky či služby srovnávány na úrovni vědecké či spotřebitelské, kde se nesledují soutěžní cíle, pak toto srovnání nepodléhá právní regulaci nekalé soutěže. Pakliže jsou poté tyto výsledky prezentovány v reklamě, mělo by se jednat o srovnávací reklamu podle povolených kritérií, avšak na hranici zákona.

## **2.2.5. OBČANSKÝ ZÁKONÍK A JEHO SOUVISLOSTI S REKLAMOU**

Občanský zákoník se ve své druhé hlavě zabývá **problematikou ochrany osobnosti**, která může mít s reklamou také něco společného.

Pakliže v reklamě jakýmkoli způsobem osoba účinkuje, nebo prezentuje projevy své osobní povahy, musí k tomuto dát souhlas předem. Mezi formy projevu, na které se tato ochrana vztahuje, patří například zobrazení podobizny, zveřejnění obrazových či zvukových záznamů, jména a jiné. Z toho vyplývá, že pořízení jakýchkoli záznamů skrytou kamerou a jejich použití v reklamě bez souhlasu dané osoby, je nezákonné. Přesnou formu svolení s užitím záznamu zákon nestanovuje.

U právnických osob občanský zákoník v rámci ochrany osobnosti zakazuje neoprávněné užití názvu nebo zásah do dobré pověsti. Ochrana je poskytnuta v omezené míře, protože právnická osoba nemá soukromí jako osoba fyzická.

## **2.2.6. SOUVISLOSTI S OSTATNÍMI PRÁVNÍMI PŘEDPISY**

V předchozím textu byl popsán vztah reklamy s obchodním a občanským zákoníkem, který by se dal považovat za všeobecný a základní. Z úvodního výčtu právních předpisů upravujících **reklamu** je jasné, že na tento pojem se **můžeme**

**zaměřit z mnoha pohledů.** V této práci je kladen důraz mimo jiné na **pohled daňový.** Ten se odráží zejména od zákona o daních z příjmů a je definován v kapitole čtvrté. Nicméně, přišlo mi přinejmenším zajímavé alespoň ve stručnosti charakterizovat pohled na reklamu ještě dalšími právními předpisy, a to konkrétně zákonem o regulaci reklamy a autorským zákonem.

#### **2.2.6.1. Zákon o regulaci reklamy**

V tomto právním předpise **jsou vymezeny základní pojmy** související s reklamou, tj.: pojem reklamy, komunikační média, sponzorství, definuje zadavatele či zpracovatele reklamy. Dále jmenuje zakázané formy reklamy a podmínky, za kterých takovou reklamu možno prezentovat (např. srovnávací reklama). Vcelku podrobně se zaměřuje na formu a obsah reklamy na tabákové výrobky, alkohol, humánní léčivé přípravky, potraviny a kojeneckou výživu, přípravky veterinární a na ochranu rostlin a v neposlední řadě také na střelné zbraně a střelivo.

#### **2.2.6.2. Autorský zákon**

Obsah reklamy není autorským zákonem ovlivňován přímo. Tento zákon považuje za autorské dílo každý výsledek tvůrčí činnosti, bez ohledu na jeho rozsah či účel použití. Z toho vyplývá, že **i zdánlivě nevýznamný reklamní slogan**, který je výsledkem tvůrčí činnosti, **je autorským dílem.** Autorem takového díla se může stát pouze fyzická osoba, protože osoba právnická fakticky neexistuje. Od okamžiku vytvoření sloganu má autor k dílu dva druhy práv:

- **právo osobní** – právo na vlastnictví autorství a
- **právo majetkové** – tj. právo zejména na obchodní užití díla, které lze získat buď na základě smlouvy, nebo legálně, tj. beze smlouvy (např. pro úřední účely).

### 3. ÚČETNÍ PROBLEMATIKA DARŮ A REKLAM

#### 3.1. ÚČETNÍ PROBLEMATIKA DARŮ

Ve druhé části této práce je uvedeno, jaký dar může účetní jednotka darovat – tj. peněžitý nebo nepeněžitý – a také jaký doklad tento čin zaznamenává – darovací smlouva. Nyní se ovšem musíme zaměřit na účetní zachycení takto poskytnutého nebo přijatého daru.

##### 3.1.1. POSKYTNUTÉ DARY

Poskytnuté dary jakéhokoliv charakteru se v účetnictví zachytí jako náklad účetní jednotky na účtu **543 – Dary**. Tento účet se řadí do skupiny nákladových účtů, nachází se v páté účtové třídě, v účtové skupině 54 – Jiné provozní náklady. Účetní zápis se provádí na stranu MD. Při uzavírání účetních knih se zůstatek tohoto účtu převede na účet 710 – Účet zisku a ztráty. Počáteční stav na nákladových účtech je nulový, zůstatky se nepřevádí do dalšího období. Ve výkazu zisků a ztrát se hodnota účtu projeví v položce H – Ostatní provozní náklady, řádek 27.

**Účetní zápis** na účtu 543 **se provede na základě darovací smlouvy**. Vzhledem k povaze daru se k darovací smlouvě připojí doklad, který zaznamená úbytek darovaného aktiva. Podle charakteru daru půjde zpravidla o:

- zápis o vyřazení majetku – pokud darujeme dlouhodobý hmotný nebo nehmotný majetek,
- výdejku ze skladu – při darování materiálu nebo zboží,
- výpis z bankovního účtu nebo výdajový pokladní doklad při daru peněžitým.

**Náklady zachycené na účtu 543 jsou daňově neúčinné** podle § 25 odst. 1 písm. t) a proto musí být o jeho zůstatek navýšen základ daně. Podrobnou daňovou analýzou darů se zabývám v kapitole čtvrté.

Daruje-li účetní jednotka **nepeněžitý dar**, je za hodnotu daru považována zůstatková cena tohoto majetku, kterou se rozumí rozdíl mezi vstupní cenou a celkovou výši odpisů uplatněných podle zákona o daních z příjmů.

Konkrétní možnosti použití účtu 543 zobrazuje následující tabulka.

**Tabulka 3.1 – Poskytnuté dary**

Číslo	Text případu	MD	D
1a.	Poskytnutý dar DHM - zůstatková cena	543	082
1b.	Vyřazení DHM v pořizovací ceně	082	022
2.	Poskytnutý dar ve formě peněz - z bankovního účtu	543	221
3.	Poskytnutý dar ve formě materiálu (neplátce DPH)	543	112
4.	Poskytnutý dar ve formě zboží (neplátce DPH) - účtování způsobem B	543	504

### 3.1.1.1. Dar zásob u plátce DPH

Pokud účetní jednotka daruje zásobu – materiál nebo zboží – při jejímž nákupu uplatnila odpočet daně z přidané hodnoty na vstupu, musí k daru taktéž **přiznat daň z přidané hodnoty na výstupu**. Plátce daně z přidané hodnoty nemá nárok na odpočet daně z přidané hodnoty u majetku zakoupeného s účelem jej darovat. Takto uskutečněný **dar má charakter zdanitelného plnění** a tudíž musí být daň z přidané hodnoty odvedena. Poskytnutý dar se v těchto případech oceňuje účetní hodnotou, která je základem pro výpočet daně z přidané hodnoty.

Zde je potřeba upozornit na dva různé způsoby účtování zásob. Pakliže účetní jednotka účtuje zásoby **způsobem A**, postup účtování popisuje tabulka 3.2.

**Tabulka 3.2 – Dar zásob u plátce DPH – metoda A**

Číslo	Text případu	MD	D
1a.	Nákup zboží na fakturu	132	321
1b.	DPH na vstupu z přijaté faktury	343	321
1c.	Darování zboží	543	132
1d.	DPH na výstupu z darovaného zboží	543	343

Účtuje-li účetní jednotka zásoby **způsobem B**, dar zásob zaúčtuje podle tabulky 3.3.

**Tabulka 3.3 – Dar zásob u plátce DPH – metoda B**

Číslo	Text případu	MD	D
1a.	Nákup materiálu hotově z pokladny	501	211
1b.	DPH na vstupu z výdajového podkladního dokladu	343	211
1c.	Darování materiálu	543	501
1d.	DPH na výstupu z darovaného materiálu	543	343

### 3.1.1.2. Poskytnutá služba jakožto dar

Předmětem daru by teoreticky mohla být i poskytnutá služba. Účetní jednotce samozřejmě vzniknou náklady, které s poskytnutím služby prokazatelně souvisí. Mohlo by se jednat zejména o spotřebu materiálu a zboží, mzdové náklady včetně sociálního a zdravotního pojištění apod. Účetní jednotka při uskutečnění služby **účtuje** všechny **náklady** s tímto uskutečněním související naprosto **běžným způsobem**, ve standardním členění. Poté, zpravidla prostřednictvím vhodné kalkulace, **vyčíslí hodnotu poskytnuté služby – daru** - a tu zúčtuje ve prospěch účtu 543 – Poskytnuté dary **prostřednictvím účtu 622 – Aktivace vnitropodnikových služeb**. Tímto průčtováním zajistí, aby hodnota daru byla v nákladech pouze jednou a to tam, kde poskytnuté dary patří – na účtu 543.

Z hlediska daně z přidané hodnoty platí stejná pravidla, jako u darování zásob. Jestliže při uskutečnění služby byl na vstupu uplatněn odpočet daně z přidané hodnoty, je nutné přiznat daň také na výstupu, a to z hodnoty poskytnuté služby.

Tedy, průčtování poskytnuté služby jakožto daru by mohlo vypadat následovně, dle tabulky 3.4.

**Tabulka 3.4 – Poskytnutí daru službou**

Číslo	Text případu	MD	D
1a.	Dar služby - aktivace vlastních nákladů	543	622
1b.	DPH na výstupu	543	343

### 3.1.2. PŘIJATÉ DARY

Účetní jednotky nemusí dary pouze poskytovat. Je nutné popsat situaci, která nastane v případě, kdy se účetní jednotka stane příjemcem daru. Účetně tak **dojde k navýšení vlastních zdrojů**, které se projeví na účtu **413 – Ostatní kapitálové fondy**. Zde se, mimo jiné, sledují položky přijatých darů, o které účetní jednotka může i zvýšit základní kapitál, pokud tak orgán k tomu určený rozhodne. Jedná-li se o účetnictví individuálního podnikatele – tedy fyzické osoby – promítlo by se toto navýšení zdrojů na účtu **491 – Účet individuálního podnikatele**.

Podkladem pro účetní zápis je darovací smlouva. V pasivech zachytíme přijatý dar na zmíněném účtu kapitálových fondů v analytickém členění dle potřeb účetní jednotky. **Aktiva** nám **přijatý dar ovlivní na základě jeho charakteru** v příslušném majetkovém členění:

- dar peněžní se promítne do účtů finančních 221 – Bankovní účet nebo 211 - Pokladna,
- dar dlouhodobého nehmotného majetku ovlivní majetkovou skupinu 01 – Dlouhodobý nehmotný majetek v příslušném členění,
- dar dlouhodobého hmotného majetku odepisovaného se zachytí na příslušný účet skupiny 02 – Dlouhodobý hmotný majetek,
- dar pozemku – jakožto majetku neodepisovaného – se projeví na účtu 031 – Pozemky,
- dar zásob ovlivní majetkovou strukturu v účtové třídě 1 – Zásoby.

Majetek pořízený darem se oceňuje **reprodukční pořizovací cenou**. Příjemce daru může takto bezúplatně nabytý majetek odepisovat, pokud jej odepisovat lze.

Tabulka 3.5 popisuje nejčastější možnosti využití účtu 413, resp. 491 v souvislosti s přijatými dary.

**Tabulka 3.5 – Přijaté dary**

Číslo	Text případu	MD	D
1.	Dar hotovosti individuálnímu podnikateli	211	491
2.	Dar pozemku	031	413
3a.	Dar dlouhodobého hmotného majetku	022	413
3b.	Navýšení ZK darem DHM	413	419
3c.	Zvýšení ZK po zápise do obchodního rejstříku	419	411
4.	Dar dlouhodobého nehmotného majetku - software	013	413
5.	Přijatý dar ve formě materiálu - způsob A	112	413
6.	Přijatý dar ve formě zboží - způsob B	504	413

### 3.1.3. DARY V DAŇOVÉ EVIDENCI

Dary se v daňové evidenci zachytí do **peněžního deníku** v příslušném členění, které záleží na formě daru. Poskytnutí peněžitého daru se eviduje jako výdaj v hotovosti nebo z bankovního účtu v členění na výdaj nedaňový – dary. Pokud je poskytnut nepeněžitý dar ve formě zásob – materiál, zboží nebo výrobek – odepíše se tento úbytek zásob ze skladové karty zásob. Dá se předpokládat, že pořízení darované zásoby bylo zachyceno jakožto daňový výdaj. Proto bude nutné provést **storno výdajů, jež se staly darem**, a to v rámci uzávěrkových úprav příjmů a výdajů na konci zdaňovacího období – o hodnotu darovaných zásob se sníží výdaje daňové.

### 3.1.4. ÚČETNÍ ZACHYCENÍ DANĚ DAROVACÍ

Nabude-li účetní jednotka majetek darem, stane se pravděpodobně poplatníkem daně darovací. Touto daní se podrobně zabývám ve druhé kapitole a pro úplnost doplňuji, jak se tato skutečnost projeví v účetnictví. Účetní jednotka podá daňové přiznání k dani darovací, zaúčtuje předpis darovací daně na stranu MD účtu **538 – Ostatní daně a poplatky** souvztažně se závazkovým účtem **345 – Ostatní daně a poplatky**. Úhradou z pokladny (211) nebo z bankovního účtu (221) se závazek vyrovná. Takto předepsaná **daň darovací** je dle § 25 odst. 1 písm. s) daňově neuznatelným nákladem bez ohledu na to, zda byla uhrazena či nikoli – **je daňově neuznatelná vždy**. Tabulka 3.6 zobrazuje zachycení účetních případů předkontačně.



**Tabulka 3.6 – Daň darovací**

Číslo	Text případu	MD	D
1.	Předpis daně darovací	538	345
2.	Úhrada z bankovního účtu	345	221

### **3.1.5. NESTÁTNÍ NEVÝDĚLEČNÉ ORGANIZACE**

#### **3.1.5.1. Definice**

Nevýdělečná organizace je souhrnný pojem pro ty **účetní jednotky, které nejsou založeny nebo zřízeny za účelem podnikání**. Jejich hlavním posláním není dosažení zisku. Tyto organizace získávají příjmy pro svou činnost z různých zdrojů – ze státního rozpočtu nebo z rozpočtů místních samosprávných celků, příspěvky na provoz od zřizovatele organizace, příjmy z přijatých dotací a darů až po příjmy plynoucí z hlavní nebo vedlejší činnosti – např. příjmy z reklam, z pronájmů, členské příspěvky apod.

Zákon o daních z příjmů v § 18 odst. 8 za výše charakterizované nevýdělečné organizace považuje „zejména:

- *zájmová sdružení právnických osob (pokud mají právní subjektivitu a nejsou zřízena za účelem výdělečné činnosti),*
- *občanská sdružení včetně odborových organizací,*
- *politické strany a politická hnutí,*
- *registrované církve a náboženské společnosti,*
- *nadace a nadační fondy,*
- *obecně prospěšné společnosti,*
- *veřejné vysoké školy,*
- *veřejné výzkumné instituce,*
- *školské právnické osoby,*
- *obce,*
- *organizační složky státu,*
- *kraje,*
- *příspěvkové organizace,*
- *státní fondy a*

- *subjekty, o nichž tak stanoví zákon.*“

Daňová i účetní problematika darů a reklam se u nestátních neziskových organizací řeší v mnoha případech odlišně v porovnání s fyzickými a právnickými osobami, které jsou založeny za účelem podnikání. A proto se na tyto odlišnosti zaměřím.

### 3.1.5.2. Dary přijaté

Nevýdělečné organizace **člení přijaté dary zejména podle dalšího účelu.** Organizace může přijmout dar:

- pro **vlastní činnost** nebo
- za **účelem poskytnutí dalším osobám** (např. u nadací).

Z toho základního členění vyplývá i odlišný způsob zúčtování.

Zachycení přijatých darů na aktivních účtech probíhá stejně jako u podnikatelských subjektů na účtech účtových tříd 0, 1 případně 2 a to v členění dle konkrétní podoby daru (hmotný, nehmotný, finanční). Odlišné ovšem je zachycení v pasivech, kdy musíme rozlišit i účel přijatého daru.

**Dary přijaté pro vlastní činnost se v pasivech zachytí v účtové skupině 90 – Vlastní jmění,** zpravidla na účtu 901. Ten představuje hodnotu vlastních zdrojů krytí a slouží zejména pro zachycení majetkových vkladů zakladatelů, dotací na pořízení dlouhodobého hmotného majetku, hodnoty bezúplatně nabytého majetku a ostatních darů určených na činnost organizace.

Následující tabulka popisuje nejčastější účetní případy, které účetní jednotka může zachytit v souvislosti s darem přijatým pro vlastní činnost.

**Tabulka 3.7 – Přijaté dary pro vlastní činnost**

Číslo	Text případu	MD	D
1.	Dar dlouhodobého majetku	022	901
2.	Dar finanční hotovosti na pořízení DHM	211	901
3.	Dar zásob materiálu	112	901
4.	Přijaté příspěvky na provoz organizace na b.ú.	221	682

**Dary přijaté pro jiné osoby se v pasivech projeví v účtové skupině 91 – Fondy**, zpravidla na účtu 911, kde se v souvislosti s darováním zachycuje majetek a finanční prostředky získané v souladu s hlavní činností účetní jednotky za účelem darování jiným osobám. Jak jsem již zmínila, použití aktivních účtů je stejné jako v předchozím případě. Pro názornost zúčtování doplňuji výklad opět tabulkou.

**Tabulka 3.8 – Přijaté dary pro jiné osoby**

Číslo	Text případu	MD	D
1.	Dar dlouhodobého majetku pro třetí osobu	022	911
2.	Dar finanční pro třetí osobu - připsáno na b.ú.	221	911
3.	Dar zásoby zboží pro třetí osobu	132	911

Pakliže účetní jednotce vznikla povinnost přiznat darovací daň (více viz 2.1.3), pak zúčtování této daně je shodné s podnikatelskými subjekty – viz 3.1.4.

Pakliže tyto organizace mají povinnost vydat a zveřejnit výroční zprávu, informace o přijatých darech bývají často její součástí. V případě, kdy organizace podléhá auditu, pak jeho výsledek je také obsahem výroční zprávy, což může pozitivně působit na rozhodování případných dárců.

### **3.1.5.3. Dary poskytnuté**

Stejně jako přijaté dary „na vstupu“ členů nevýdělečné organizace dary poskytnuté „na výstupu“ do dvou naprosto shodných kategorií – tedy darování:

- z majetku účetní jednotky nebo
- z přijatých darů pro jiné osoby.

**Darování z majetku účetní jednotky** kopíruje poskytnuté dary od podnikatelských subjektů, kdy se hodnota darovaného majetku (případně jeho zůstatková cena) zachytí do nákladů na účet **546 – Dary**.

Předává-li účetní jednotka **majetek získaný jako dar pro jiné osoby**, zachytí toto „vyřazení“ ve prospěch účtu **911 – Fondy**, jež takový majetek zachycuje jak na straně příjmu, tak na straně úbytku.

Účetní jednotka může v rámci poskytnutých darů fungovat i jako jakýsi prostředník. Příklad např. finanční hotovost určenou pro jiné osoby a z této hotovosti uhradí potřebnou službu nebo nakoupí potřebný materiál pro onu třetí osobu.

Následující tabulka uvádí konkrétní zaúčtování poskytnutých darů ve všech třech způsobech darování.

**Tabulka 3.9 – Dary poskytnuté nevýdělečnou organizací**

Číslo	Text případu	MD	D
1.	Darování pozemku - neodepisovaný DHM	901	031
2a.	Dar dlouhodobého majetku - zůstatková cena	546	082
2b.	Vyřazení darovaného majetku v pořizovací ceně	082	022
3.	Dar zásob zboží	546	132
4.	Dar finanční hotovosti	546	211
5.	Dar majetku přijatého pro třetí osobu	911	022
6.	Dar financí přijatých pro třetí osobu - z b. ú.	911	221
7a.	Z financí, které nezisková organizace obdržela jako dar pro třetí osobu, uhradila službu	518	221
7b.	Proúčtování daru financí pro třetí osobu ve vztahu k poskytnuté službě	911	648
8a.	Nákup materiálu z darované hotovosti pro třetí osobu	112	211
8b.	Dar tohoto materiálu třetí osobě	546	112
8c.	Proúčtování daru financí pro třetí osobu ve vztahu k poskytnutému materiálu	911	648

## 3.2. ÚČETNÍ PROBLEMATIKA REKLAM

### 3.2.1. REPREZENTACE A REKLAMA V ŠIRŠÍM POJETÍ

**Reprezentace** bývá pro mnohé firmy velmi důležitou součástí každodenního života. Můžeme si pod ní představit občerstvení v podobě kávy či minerálky během obchodního jednání, oběd nebo dokonce několikadenní zabezpečení pobytu obchodních partnerů či osob, které jsou pro podnikání velmi významné a tudíž jejich obchodní rozhodnutí nebo záměr mají na naše podnikání rozhodující vliv. Zároveň se do pojmu reprezentace zahrnují společenské akce u příležitosti oslavy výročí založení firmy nebo konce roku.

**Reklama** je ve své podstatě popsána ve druhé kapitole, nicméně je třeba zde nastínit její povahu v účetnictví. Jde především o **naplnění podstaty účelového zviditelnění firmy za úplatu s očekáváním budoucího přínosu**. Takovýto účel se dá očekávat například od reklamy v tisku, reklamního billboardu nebo i od uceleného katalogu nabízených produktů či služeb. Jde v podstatě o naprosto logickou propagaci činnosti firmy tak, aby získala své zákazníky a odběratele.

Bohužel – nebo snad bohudík – **žádný účetní ani daňový předpis pojmy reklama a reprezentace přesně a jednoznačně nedefinuje**. V české legislativě je účtování nákladů obsaženo v účetním standardu pro podnikatele č. 19 – Náklady a výnosy. Ten definuje účet sloužící k účtování nákladů na reprezentaci jako: *„účet, kde se účelově shromažďují náklady týkající se reprezentace a kde se účtuje i o vlastních výkonech, které se použijí pro účely reprezentace“*.

Je tedy z účetního hlediska důležité vědět jakých forem může reklama nabývat, protože to je to, co bude v účetnictví zobrazeno. Uvedené **formy** nastiňují věcnou podobu **reklamy** a mohou se samozřejmě i kombinovat:

- reklamní tiskoviny, např.: plakáty, knihy, časopisy, letáky, katalogy,
- reklama v masmédiích, např.: inzerce v periodikách, televizní a rozhlasové vstupy,
- reklamní předměty, tj.: reklamní dárkové předměty, obchodní vzorky,
- reklamní akce, např.: výstavy, reklamní ochutnávky,
- soutěže za účelem podpory odbytu.<sup>6</sup>

Do uvedeného výčtu by se dalo přiřadit i tzv. **sponzorství**, jež chápeme jako jednostranný tok finančních prostředků pro podporu subjektů v oblasti kultury či sportu, respektive pro podporu akcí, projektů a programů. Česká legislativa ovšem tento pojem neužívá a v podmínkách České republiky se tyto finanční toky řadí do kategorie darů.

---

<sup>6</sup> Dle Účetnictví podnikatelů 2009, Kolektiv autorů, 2009

### 3.2.2. REKLAMNÍ PŘEDMĚTY A OBCHODNÍ VZORKY

Zákon o daních z příjmů v 25 odst. 1 písm. t) vymezuje výdaje - náklady na reprezentaci jakožto: „**výdaje na pohoštění, občerstvení a dary**“. Ovšem **reklamní předmět není považován za dar** a tudíž se k němu vztahuje jiný způsob účtování. Zákon o daních z příjmů říká, že reklamní respektive propagační předmět je: „*opatřen obchodní firmou nebo ochrannou známkou poskytovatele tohoto předmětu nebo názvem propagovaného zboží nebo služby, jehož hodnota bez daně z přidané hodnoty nepřesahuje 500 Kč a který není s výjimkou tichého vína předmětem spotřební daně.*“

O reklamních předmětech hovoří i zákon o dani z přidané hodnoty v § 13 odst. 8 písm. c): „*Za dodání zboží se nepovažuje poskytnutí dárku v rámci ekonomické činnosti, pokud jeho pořizovací cena bez daně nepřesahuje 500 Kč, nebo poskytnutí obchodních vzorků bez úplaty v rámci ekonomické činnosti.*“

Při porovnání obou definic nám vyplývá, že nejsou totožné. Pro účely DPH tedy reklamní předmět nemusí být opatřen logem a taktéž není podstatný jeho vztah ke spotřební dani.

**Obchodním vzorkem** se pro upřesnění rozumí zboží nebo výrobek, který se hodlá nabízet zákazníkům. Důvodem jeho poskytnutí je snaha o zvýšení prodeje a zpravidla se poskytuje v běžném, případně i menším balení. Aby splnil definici podle zákona o dani z přidané hodnoty, nemusí být označen logem nebo obchodním jménem a přesto bude osvobozen od plnění DPH.

### 3.2.3. ÚČETNÍ ZACHYCENÍ NÁKLADŮ NA REKLAMU A PROPAGACI

Naprosto nejběžnějším zachycením nákladů na reklamu je její **uskutečnění v podobě služby**, která ve většině případů kopíruje formy reklamy uvedené výše (inzerce, katalogy, letáky, výstavy,...). Účetní jednotka si ono „reklamní zviditelnění“ objedná tzv. se vším všudy a tudíž můžeme hovořit o službě.

Takto uskutečněnou reklamu zachytíme v účetnictví na účtu **518 - Ostatní služby**. Ten řadíme mezi účty nákladové, tedy do páté účtové třídy, do účtové skupiny 51 – Služby. Při uzavírání účetních knih se jeho zůstatek ze strany MD

převádí na účet 710 – Účet zisku a ztráty. Ve výkazu zisků a ztrát se jeho hodnota projeví v položce B.2. Služby, řádek 10.

Pro názornost uvádím několik příkladů, samozřejmě včetně předkontačního předpisu účtování.

**Tabulka 3.10 – Reklama jakožto služba**

Číslo	Text případu	MD	D
1a.	Zhotovení a vyvěšení billboardu na rok 2011	518	321
1b.	DPH ze služby na vstupu*	343	321
2.	Úhrada v hotovosti za zhotovení reklamních letáků od neplátce DPH	518	211
3a.	Pronájem salónku na výstavu nových výrobků	518	321
3b.	DPH na vstupu z pronajatého salónku*	343	321

\* Jedná se o běžný nákup služby a problematika zúčtování DPH se odráží od toho, zda je účetní jednotka plátcem DPH či nikoli, případně, zda nakupuje od plátce či neplátce DPH.

O **reprezentaci** se ve své podstatě, která je charakterizována v úvodu této kapitoly, účtuje na účtu **513 – Náklady na reprezentaci**. Tento účet patří také do účtové skupiny 51 – Služby a tudíž je jeho charakteristika shodná s účtem 518 – Ostatní služby. Zpravidla se na něm zachycují náklady související s pohoštěním a občerstvením.

Pro názornost uvádím pár nejběžnějších účetních případů, které účetní jednotky v souvislosti s „reprezentací“ zpravidla účtují.

**Tabulka 3.11 – Zúčtování nákladů na reprezentaci**

Číslo	Text případu	MD	D
1.	Úhrada občerstvení v hotovosti	513	211
2.	Večeře s obchodním partnerem hrazená hotově	513	211
3.	Faktura za ubytování obchodního partnera	513	321
4.	Spotřeba materiálu k reprezentaci - způsob A	513	112
5.	Spotřeba zboží k reprezentaci - způsob B	513	504
6.	Využití vlastních výrobků pro reprezentaci	513	123
7.	Uskutečnění služby k reprezentaci ve vlastní režii - aktivace vnitropodnikových služeb	513	622

Aby byl přehled účetních příkladů kompletní, je třeba jej doplnit ještě o účetní zachycení „**reklamních předmětů**“ ve znění zákona o daních z příjmů. Tyto předměty se při své spotřebě zachytí na účtu **501 – Spotřeba materiálu, nejlépe v příslušném analytickém členění**. Jde opět o účet nákladový, z účtové třídy páté, ale patřící do účtové skupiny 50 – Spotřebované nákupy. Postup při uzavírání účtů je shodný jako v předchozích dvou případech. Ve výkazu zisků a ztrát je celková hodnota tohoto účtu obsažena v položce B.1. Spotřeba materiálu a energie, řádek 9.

**Tabulka 3.12 – Zúčtování nákladů na reklamní předměty**

Číslo	Text případu	MD	D
1a.	Přijatá faktura za zhotovení diářů s logem firmy - cena za kus bez DPH je 230 Kč	112	321
1b.	DPH k přijaté faktuře	343	321
1c.	Výdej diářů obchodním partnerům*	501	112
2.	Účetní jednotka vyrábí sušenky a jako formu propagace volí ochutnávku svého zboží v hypermarketu	501	123
3a.	Nákup tichého vína za hotové (350 Kč za kus)	112	211
3b.	DPH na vstupu z nákupu tichého vína	343	211
3c.	Víno bylo rozdáno zákazníkům*	501	112

\* DPH na výstupu uplatněno nebude, protože se nejedná o zdanitelné plnění - viz kapitola 4.2.2.

Proúčtování všech výše uvedených nákladů probíhá zpravidla na základě přijaté dodavatelské faktury, výdajového pokladního dokladu nebo interního dokladu.

Daňová analýza účetních zápisů na daných nákladových účtech a problematika daně z přidané hodnoty bude blíže rozvedena ve čtvrté kapitole.

V kapitole 3.1.5 jsem se věnovala účetnímu zachycení darů v účetních jednotkách, které nebyly založeny za účelem podnikání – v nevýdělečných organizacích. U problematiky reklamy tato kapitola není nutná, protože účetní principy jsou naprosto shodné. Což se ovšem nedá tak zcela říci o problematice daňové – z hlediska daně z příjmů, jejíž podstatou se zabývám ve čtvrté kapitole.



### 3.2.4. ZÁSADA VĚCNÉ A ČASOVÉ SOUVISLOSTI

Otázka věcné a časové souvislosti s reklamou a propagací velmi úzce souvisí. Kdy a jakým způsobem se o věcné a časové souvislosti účtuje říká zejména § 13 vyhlášky č. 500/2002 Sb., kterou se provádí některá ustanovení zákona o účetnictví a také o této záležitosti hovoří český účetní standard č. 017 – Zúčtovací vztahy. V podstatě se tato problematika dotýká zejména **reklamy jakožto služby** - např. inzerce nebo pronájmu reklamních ploch. Jednoduše lze říci, že reklama placená koncem roku na rok následující musí ovlivnit náklady až v následujícím období. A pokud reklama není z časového hlediska přesně určená, neexistuje k ní ani žádná písemná smlouva uzavřená mezi účastníky, **je nutné zjistit** skutečný stav – tj. **skutečnou dobu aplikace reklamy**, a tuto dobu vyhodnotit tak, aby to podle věcné a časové zásady účtování bylo správné.

Nastíněnou situaci dokresluje následující příklad zaúčtovaný v tabulce 3.13.

**Tabulka 3.13 – Časové rozlišení nákladů na reklamu**

Číslo	Text případu	MD	D
1a.	12/2010 - Přijatá faktura na inzerci, která bude probíhat po celý rok 2011	381	321
1b.	DPH z přijaté faktury	343	321
1c.	01/2011 - Zúčtování faktury na inzerci do nákladů	518	381

Problematika věcné a časové shody se dotýká i **materiálu nebo zásob**. Ty v tomto případě spadají do nákladů **v okamžiku** jejich **spotřeby**. Jedná se zejména o propagaci prostřednictvím reklamních předmětů, obchodních vzorků zboží nebo vlastní produkce (tzv. ochutnávky), případně katalogu produktů a služeb nebo letáků, jsou-li vyráběny „svépomocí“.

Dále v souvislosti s reklamou můžeme účtovat o dlouhodobém nehmotném majetku a to v případě, že se v rámci televizní nebo rozhlasové reklamy pohybujeme na poli autorského zákona.

### 3.2.5. REKLAMA V DAŇOVÉ EVIDENCI

V daňové evidenci se výdaje na reklamu, propagaci a propagační předměty promítají do daňových výdajů v podstatě **stejným způsobem jako v účetnictví**.

Výdaje na reprezentaci, čili pohoštění, občerstvení, firemní akce, které se v účetnictví zachycují na účtu 513 – Náklady na reprezentaci, se v daňové evidenci zachycují do výdajů nedaňových. Propagační předměty podle definice Zákona o daních z příjmů spadají v peněžním deníku do výdajů daňových - materiál. Jedná-li se o reklamu jakožto službu, kterou rozumíme např. inzerci v novinách po určitou dobu, pak jde samozřejmě o výdaj daňový – provozní režie.

## 4. DAŇOVÉ ASPEKTY DARŮ A REKLAM

### 4.1. DAŇOVÉ ASPEKTY DARŮ

#### 4.1.1. DANĚ A DARY

Z pohledu základu daně upravuje problematiku darů **zákon o daních z příjmů**. Tento vymezuje podle § 25 odst. 1 písm. t) výdaje na reprezentaci jakožto daňově neúčinné a říká, že výdaji na reprezentaci jsou zejména výdaje na pohoštění, občerstvení a dary, přičemž se za dary nepovažují propagační předměty. Nicméně **dary si lze uplatnit jakožto přímé snížení základu daně**, což se provádí rozdílně jak u osob fyzických, tak u právnických. Rozdílné jsou taktéž i limity odpočtu.

Za **daňově uznatelné dary** se podle § 24 odst. 2 písm. zp) ZDP považují: *„výdaje (náklady) vynaložené v rámci pomoci poskytnuté formou nepeněžního plnění v souvislosti s odstraňováním následků živelních pohrom, ke kterým došlo na území České republiky nebo jiného členského státu Evropské unie, Norska nebo Islandu“*. V tomto případě si poplatník nemůže tyto výdaje uplatnit jako nezdanitelnou část u fyzických osob ani jako položku snižující základ daně u právnických osob, ale uplatní je jako daňově účinné výdaje.

#### 4.1.2. OKRUH PŘÍJEMCŮ DARŮ, ÚČEL DARU

Okruh příjemců daru a účel poskytnutí daru jsou považovány za základní principy, které se vymezují stejným způsobem jak pro osoby fyzické, tak pro osoby právnické.

**Příjemcem daru** mohou podle § 15 odst. 1 a zároveň dle § 20 odst. 8 zákona o daních z příjmů být:

- obce, kraje, organizační složky státu,
- právnické osoby se sídlem na území ČR, na území členského státu EU, Norska nebo Islandu, včetně právnických osob, které jsou pořadateli veřejných sbírek,
- fyzické osoby s bydlištěm na území České republiky.

**U fyzických osob může být dar** podle zákona o daních z příjmů **poskytnut** na provozování školských a zdravotnických zařízení, zařízení na ochranu zvířat nebo ohrožených druhů zvířat.

Fyzické osoby, které jsou poživateli částečného nebo plného invalidního důchodu nebo které jsou nezletilými dětmi závislými na péči jiné osoby mohou dary použít zejména na:

- zdravotnické prostředky nejvýše do částky nehrazené zdravotními pojišťovnami,
- rehabilitační a kompenzační pomůcky nejvýše do částky nehrazené příspěvkem ze státního rozpočtu,
- na majetek usnadňující těmto osobám vzdělání a zařazení do zaměstnání.

**V ostatních případech**, kdy se dar neposkytuje fyzické osobě, **lze dary poskytnout na:**

- financování vědy a vzdělání, výzkumných a vývojových účelů, kultury, školství,
- státní i obecní policii,
- požární ochranu,
- podporu a ochranu mládeže,
- ochranu zvířat a jejich zdraví,
- účely sociální, zdravotnické, ekologické, humanitární, charitativní, náboženské, tělovýchovné a sportovní,
- činnost politických stran a politických hnutí.

Dar můžeme poskytnout také fyzické či právnické osobě z jiného členského státu EU, Norska nebo Islandu, pokud splňuje podmínky účelu nebo příjemce daru podle zákona o daních z příjmů - § 15 odst. 1.

#### **4.1.3. DAŇOVÉ SOUVISLOSTI PŘIJATÝCH DARŮ**

Zákon o daních z příjmů v § 3 odst. 4 stanovuje, co není předmětem daně z příjmů fyzických osob. Mimo jiné říká, že: **„předmětem daně nejsou příjmy získané darováním nemovitosti nebo movité věci anebo majetkového práva“**. Tyto příjmy jsou předmětem daně darovací. Pokud ale jde o příjmy, které fyzická osoba nabyla v souvislosti s výkonem činnosti podle § 6 zákona o daních z příjmů

(závislá činnost) nebo v souvislosti s podnikáním, případně s jinou samostatně výdělečnou činností, nejedná se o dar, ale o příjem, který dani z příjmů fyzických osob podléhá. Pokud fyzická osoba provozující školská a zdravotnická zařízení, případně zařízení na ochranu opuštěných zvířat, přijme dar na provoz těchto zařízení, pak podle § 3 odst. 4 písm. a) zákona o daních z příjmů nepodléhá této dani. Takový příjem je předmětem daně darovací a podle § 20 odst. 10 zákona o dani dědické, dani darovací a dani z převodu nemovitostí jde o příjem od této daně osvobozený.

Předmětem daně z příjmů fyzických osob jsou poté příjmy, které poplatníkovi plynou z věcí nabytých darováním.

U právnických osob je tato problematika ve své podstatě řešena shodným způsobem. Zákon o daních z příjmů v § 18 odst. 2 stanovuje, co **není předmětem daně**. Mimo jiné zde opět spadají **„příjmy získané darování nemovitosti nebo movité věci a nebo majetkového práva“**. Jde o předmět daně podléhající dani darovací. Za příjem získaný darováním movitých věcí se považují i peněžní prostředky v české, resp. cizí měně a cenné papíry.

Shodně jako u fyzických osob dani z příjmů poté podléhají příjmy plynoucí z darovaných věcí či práv.

#### **4.1.3.1. Příklad – daň darovací**

Protože dary **přijaté zpravidla nejsou předmětem daně z příjmů, je třeba se u nich zaměřit na daň darovací**. Pakliže příjemce daru splní zákonné podmínky pro odvod této daně (viz část 2.1.3), je povinen ji přiznat.

V následujícím příkladu bude tato situace nastíněna. Fyzické osobě je darován majetek a protože nebude spadat do první ani do druhé skupiny příjemců daru, které jsou od daně darovací osvobozeny, bude muset podat daňové přiznání k této dani. Příklad spojuje informace uvedené v předchozích kapitolách do praktického celku. Výpočet je v tabulce 14 proveden podle běžné metodiky, i když sám poplatník daň darovací nepočítá. Tento modelový příklad dále dokresluje vyplněné daňové přiznání k dani darovací (ze strany poplatníka i ze strany správce daně), jež je obsahem přílohy č. 4.

*Pan Tomáš Horák, OSVČ, bytem Vodní 120, 746 01 Opava, RČ 600430/5432  
daruje svému dlouholetému příteli panu Jaroslavu Novému, bytem Nádražní  
1201/15, 702 00 Ostrava, RČ 700430/6789, tento movitý a nemovitý majetek:*

- kuchyňská linka v hodnotě 400 000 Kč,*
- peníze v hotovosti ve výši 1 200 000 Kč,*
- rodinný dům v hodnotě 2 000 000 Kč,*
- osobní automobil Škoda-Fabia v hodnotě 150 000 Kč, který dne 5. 2. 2010  
vyřadil ze svého obchodního majetku,*
- osobní automobil Škoda-Octavia v hodnotě 350 000 Kč, který dne 15.11.2010  
vyřadil ze svého obchodního majetku.*

*Hypoteční úvěr ve výši 200 000 Kč je neuhrazený a váže se k rodinnému domu.*

*Darovací smlouva byla doručena dne 1. 3. 2011.*

Pro samotný výpočet daně darovací si musíme majetek rozdělit do jednotlivých skupin, podle charakteru majetku, abychom mohli uplatnit zákonný nárok na osvobození. Metodika výpočtu v podstatě kopíruje metodiku výpočtu přímo v daňovém přiznání.

Tabulka 4.1 – Příklad – daň darovací

<b>Movítý majetek, jiný majetkový prospěch a nemovitosti, které nebyly součástí obchodního majetku dárce</b>	
Movité věci	
<i>kuchyňská linka</i>	400 000,00 Kč
<i>osobní automobil</i>	150 000,00 Kč
osvobození	20 000,00 Kč
Peněžní prostředky, vklady, cenné papíry a jiné pohledávky	
<i>peněžní prostředky</i>	1 200 000,00 Kč
osvobození	20 000,00 Kč
Majetková práva, jiné majetkové hodnoty a jiný majetkový prospěch	
Nemovitosti a majetkové podíly z transformací družstev	
<i>nemovitost</i>	2 000 000,00 Kč
<b>Movítý majetek a nemovitosti, které byly součástí obchodního majetku dárce a podíly na obchodních společnostech a družstvech</b>	
Movité věci	
<i>osobní automobil</i>	350 000,00 Kč
<b>Celková hodnota majetku</b>	4 100 000,00 Kč
Majetek osvobozený	40 000,00 Kč
Majetek po odpočtu osvobození	4 060 000,00 Kč
Dluhy	200 000,00 Kč
Poměrná část dluhů	198 048,78 Kč
tj. = (majetek po odpočtu osvobození x dluhy) / celková hodnota majetku	
Základ daně	3 861 951,22 Kč
<b>Zaokrouhlený základ daně</b>	3 862 000,00 Kč
Sazba daně dle § 14 činí 160 000 Kč a 12 % ze základu přesahujícího 2 000 000 Kč	
<b>Vypočtená daň</b>	<b>383 440,00 Kč</b>
<b>Zaúčtování předpisu daně MD/D</b>	<b>538/345</b>

#### 4.1.4. UPLATNĚNÍ DARŮ U FYZICKÝCH OSOB

**Fyzické osoby uplatňují poskytnuté dary jakožto nezdanitelnou část základu daně** podle § 15 odst. 1 zákona o daních z příjmů. Jejich hodnotu lze odečíst v tom zdaňovacím období, ve kterém byly prokazatelně poskytnuty. Dar si mohou uplatnit buďto ve svém daňovém přiznání nebo v ročním zúčtování, které provádí zaměstnavatel.

Pro uplatnění daru **musí být splněny zároveň dvě podmínky:**

- celková hodnota darů za dané zdaňovací období **přesáhne 2 % základu daně nebo činí alespoň 1 000 Kč,**
- hodnotu darů lze v úhrnu odečíst **maximálně do výše 10 % základu daně,** který je tvořen součtem kladných dílčích základů daně podle § 6 - § 10 ZDP.

Zákon o daních z příjmů taktéž definuje **speciální hodnotu daru v podobě odběru krve** a jejích složek (např. plasmy, krevních destiček, kostní dřeně aj.) bezpříspěvkového dárce. V tomto případě se jeden odběr, tj. odběr provedený v jednom dni, oceňuje částkou **2 000 Kč**. Tento dar je považován za dar na zdravotnické účely.

##### 4.1.4.1. Prokazování poskytnutí daru

Fyzická osoba si uplatní poskytnutý dar buď **v daňovém přiznání nebo v ročním zúčtování,** které provádí zaměstnavatel. V obou případech je nutno poskytnutý dar nějakým způsobem prokázat.

Aby zaměstnavatel dar uplatnil jako nezdanitelnou část základu daně, musí fyzická osoba – zaměstnanec – dodat doklad, ze kterého bude patrné:

- kdo je příjemcem daru,
- jaká je hodnota daru,
- účel, na který byl dar poskytnut a
- datum darování.

Pokud by fyzická osoba – zaměstnanec - poskytla dar fyzické nebo právnické osobě z jiného členského státu EU, Norska nebo Islandu, musela by si sama podat daňové přiznání, kde by tento dar mohla uplatnit – v ročním zúčtování toto zohlednit nelze.



#### 4.1.4.2. Sdružení fyzických osob

Fyzické osoby mohou také podnikat na základě smlouvy o sdružení a taktéž se mohou rozhodnout poskytnout dar. Nastává otázka kdo, případně v jakém poměru, si hodnotu poskytnutého daru bude moci uplatnit jako položku snižující základ daně.

V tomto případě **musíme vycházet ze skutečnosti, z jakého majetku byl dar poskytnut**. Přicházejí v úvahu dvě situace – dar byl poskytnut z majetku vytvořeného společnou činností sdružení anebo z majetku, který je ve výhradním vlastnictví účastníka sdružení.

Jestliže byl dar podle první situace **poskytnut z majetku sdružení**, byl tedy ve spoluvlastnictví účastníků sdružení a každý účastník sdružení má tedy právo si v poměrné části uplatnit tento dar jakožto položku snižující základ daně. Poměr, v jakém si účastníci sdružení rozdělují výdaje a příjmy je stanoven ve smlouvě o sdružení. Pakliže takto uvedeno není, rozdělují se rovným dílem.

Podle situace druhé, kdy byl dar **ve výhradním vlastnictví účastníka sdružení**, má nárok na uplatnění daru jakožto položky snižující základ daně pouze tento účastník sdružení, který byl vlastníkem majetku.

#### 4.1.4.3. Příklad - uplatnění darů v dani z příjmů fyzických osob

Aby bylo zcela jasné, jakým způsobem se základ daně z příjmů fyzických osob snižuje o hodnotu poskytnutých darů v zákonné výši, uvedu modelový příklad. Protože fyzické osoby mohou mít více druhů příjmů, příklad je uveden ve dvou variantách výpočtu.

*Poplatník – fyzická osoba – měl za rok 2010 tyto dílčí základy daně:*

- *příjem ze zaměstnání včetně pojistného 315 000 Kč.*
- *příjem z podnikání 35 000 Kč.*
- *příjem z pronájmu 96 000 Kč.*

*Poplatník uhradil zálohy na daň z příjmů v celkové výši 25 000 Kč. Ve svém daňovém přiznání hodlá uplatnit 3x darování krve a finanční dar mateřské škole ve výši 35 000 Kč. (celková hodnota darů je tedy 41 000 Kč). Uplatňuje slevu na poplatníka a má jedno nezletilé dítě.*

**Tabulka 4.2 – Příklad – uplatnění darů v DPFO 1**

Základ daně (315 000 + 35 000 + 96 000)	446 000 Kč
Celková hodnota darů	41 000 Kč
<b>10 % ze základu daně</b>	<b>44 600 Kč</b>
<b>Hodnota uplatněných darů</b>	<b>41 000 Kč</b>
Základ daně po uplatnění darů	405 000 Kč
Daň 15 %	60 750 Kč
Sleva na poplatníka	24 840 Kč
Daň po slevě	35 910 Kč
Daňové zvýhodnění	11 604 Kč
sleva	11 604 Kč
daňový bonus	- Kč
Daň po daňovém zvýhodnění	24 306 Kč
Uhrazené zálohy	25 000 Kč
Doplatek na daň	- Kč
Přeplatek na dani	694 Kč

V uvedeném příkladu si poplatník mohl uplatnit celkovou hodnotu poskytnutého daru ve výši 41 000 Kč. Nyní se zaměřím na situaci, kdy základ daně podle § 7- § 10 zákona o daních z příjmů nabude záporné hodnoty – čili bude představovat ztrátu. Tuto **ztrátu si poplatník nemůže započíst proti příjmům ze závislé činnosti** podle § 6 ZDP a tudíž bude za základ daně považována pouze výše příjmů ze zaměstnání. A tato skutečnost samozřejmě ovlivní zákonnou hranici pro maximální odečet darů. Ve výše uvedeném zadání proto měním hodnotu *příjmu z podnikání na - 148 000 Kč*. A v tom případě bude výpočet daně vypadat tak, jak ukazuje tabulka 4.3.

**Tabulka 4.3 – Příklad – uplatnění darů v DPFO 2**

Základ daně (závislá činnost)	315 000 Kč
Daňová ztráta (96 000 - 148 000)	52 000 Kč
Celková hodnota darů	41 000 Kč
<b>10 % ze základu daně</b>	<b>31 500 Kč</b>
<b>Hodnota uplatněných darů</b>	<b>31 500 Kč</b>
Základ daně po uplatnění darů	283 500 Kč
Daň 15 %	42 525 Kč
Sleva na poplatníka	24 840 Kč
Daň po slevě	17 685 Kč
Daňové zvýhodnění	11 604 Kč
sleva	11 604 Kč
daňový bonus	- Kč
Daň po daňovém zvýhodnění	6 081 Kč
Uhrazené zálohy	25 000 Kč
Doplatek na daň	- Kč
Přeplatek na dani	18 919 Kč

Mohla by nastat také situace, kdy si poplatník bude chtít **uplatnit ztrátu z minulých let**. Pak by tuto ztrátu mohl odečíst **pouze ze součtu kladných dílčích základů daně podle § 7 - § 10 zákona o daních z příjmů**. Opět nelze ztrátu z minulých let započíst proti příjmům ze závislé činnosti. A situace by byla stejná jako v předchozích dvou příkladech. Buď by základem daně byly pouze příjmy ze závislé činnosti, protože součet příjmů podle § 7 - § 10 včetně započtené ztráty z minulých let by byl záporný a představoval by opět daňovou ztrátu, a nebo by tato suma dílčích základů daně byla kladná a tudíž by vstoupila do celkového základu daně.

Hodnotu uplatněných darů fyzická osoba vykáže **v daňovém přiznání** ve třetím oddíle na řádku 46.

#### **4.1.5. ZAHRNUTÍ DARŮ DO ZÁKLADU DANĚ U OSOB PRÁVNICKÝCH**

Právníckým osobám se poskytnuté dary projeví v základu daně jakožto **položka snižující základ daně** podle § 20 odst. 8 zákona o daních z příjmů. Tu lze uplatnit **v tom zdaňovacím období, ve kterém byl dar prokazatelně poskytnut**. Stejně jako u fyzických osob musí být splněny dvě **podmínky**:

- **hodnota daru musí být alespoň 2 000 Kč,**
- **v úhrnu lze odečíst nejvýše 5 % základu daně sníženého podle § 34 zákona o daních z příjmů,** tj. sníženého o hodnotu daňové ztráty, výdaje na výzkum a vývoj apod.

Pokud právnická osoba založená za účelem podnikání poskytne dar středním a vyšším odborným školám na pořízení materiálu nebo zařízení pro účely praktické výuky, případně na opravy či modernizaci zařízení k tomuto užívané, vysoké škole nebo veřejné výzkumné instituci, může si **základ daně snížit nejvýše o dalších 5 %**.

Právnícké osoby, které nejsou založeny nebo zřízeny za účelem podnikání, si žádný z těchto odpočtů uplatnit nemohou. Této skupině poplatníků je věnována kapitola 4.1.7.

Poskytnutý dar musí účetní jednotka **prokázat dokladem**, který bude stejně jako u fyzických osob obsahovat zejména informace o příjemci daru, hodnotě a účelu poskytnutého daru a datu darování.

#### **4.1.5.1. Příklad - uplatnění darů v dani z příjmů právnických osob**

Pro názornost uplatnění hodnoty daru v daňovém přiznání právnických osob opět uvedu příklad. Stanovení maximální hodnoty pro odpočet zásadně ovlivňuje skutečnost, zda poplatník uplatňuje daňovou ztrátu z minulých let či nikoli.

*Společnost ABC, s. r. o. měla za rok 2010 tyto konečné zůstatky výsledkových účtů:*

- 601                    1 950 033 Kč
- 602                    2 351 022 Kč
- 604                    1 325 300 Kč
- 501                    951 227 Kč
- 501/9                20 000 Kč (hodnota reprezentačních předmětů)
- 502                    88 000 Kč
- 504                    877 450 Kč
- 513                    35 556 Kč
- 518                    523 456 Kč
- 538                    15 369 Kč (daň darovací)
- 543                    150 000 Kč (dětský domov)
- 562                    13 080 Kč

*Celkové náklady jsou ve výši 2 674 138 Kč.*

*Celkové výnosy jsou ve výši 5 626 355 Kč.*

Výpočet základu daně a daňové povinnosti za rok 2010 ukazuje následující tabulka.

**Tabulka 4.4 – Příklad – uplatnění darů v DPPO 1**

Účetní hospodářský výsledek	2 952 217,00 Kč
Připočitatelné položky	
účet 513	35 556,00 Kč
účet 538	15 369,00 Kč
účet 543	150 000,00 Kč
Připočitatelné položky celkem	200 925,00 Kč
Základ daně upravený o připočitatelné položky	3 153 142,00 Kč
<b>Dary</b>	
<b>celková hodnota</b>	<b>150 000,00 Kč</b>
<b>5 % ze základu daně</b>	<b>157 657,10 Kč</b>
<b>Hodnota uplatněných darů</b>	<b>150 000,00 Kč</b>
Základ daně po uplatnění darů	3 003 142,00 Kč
Základ daně zaokrouhlený	3 003 000,00 Kč
Daň 19 %	570 570,00 Kč

V úvodu tohoto příkladu jsem zmínila, že **hodnotu uplatněného daru ovlivňuje uplatněná daňová ztráta z minulých let**. Pro názornost tohoto tvrzení tedy doplním předchozí zadání o následující větu: *Společnost uplatňuje ztrátu za předchozí období ve výši 1 000 000 Kč*. A modifikaci výpočtu ukazuje tabulka 4.5.

**Tabulka 4.5 – Příklad – uplatnění darů v DPPO 2**

Účetní hospodářský výsledek	2 952 217,00 Kč
Připočitatelné položky	
účet 513	35 556,00 Kč
účet 538	15 369,00 Kč
účet 543	150 000,00 Kč
Připočitatelné položky celkem	200 925,00 Kč
Základ daně upravený o připočitatelné položky	3 153 142,00 Kč
<b>Ztráta z minulých let</b>	<b>1 000 000,00 Kč</b>
<b>Základ daně po zahrnutí ztráty</b>	<b>2 153 142,00 Kč</b>
<b>Dary</b>	
<b>celková hodnota</b>	<b>150 000,00 Kč</b>
<b>5 % ze základu daně sníženého o ztrátu</b>	<b>107 657,10 Kč</b>
<b>Hodnota uplatněných darů</b>	<b>107 657,10 Kč</b>
Základ daně po uplatnění darů	2 045 484,90 Kč
Základ daně zaokrouhlený	2 045 000,00 Kč
Daň 19 %	388 550,00 Kč

Výše uplatněného daru je tedy nižší než v prvním případě, protože maximální uplatnitelnou hodnotu daru počítáme ze základu daně poníženého o daňovou ztrátu z minulých let.

Hodnotu uplatněného daru právnická osoba uvede **v daňovém přiznání** v části G, kde vyčíslí hodnotu darů celkem a z toho podíl darů pro vysoké školy a veřejné výzkumné instituce. A dále, na řádku 260 daňového přiznání, je již zákonem akceptovatelná hodnota darů v celkové výši.

#### **4.1.6. DARY U VEŘEJNÉ OBCHODNÍ SPOLEČNOSTI A KOMANDITNÍ SPOLEČNOSTI**

Zákon o daních z příjmů taktéž v § 15 a § 20 specifikuje uplatnění daru jako snížení daňového základu u společníků veřejné obchodní společnosti a komanditní společnosti. V obou případech **je třeba rozlišit, zda je společníkem fyzická nebo právnická osoba.**

**U veřejné obchodní společnosti** se hodnota darů mezi společníky rozdělí **ve stejném poměru jako je rozdělován zisk** podle společenské smlouvy, případně rovným dílem. Poté jednotliví společníci postupují dle pravidel uplatnění darů pro fyzické, respektive právnické osoby.

V případě **komanditní společnosti** je nutné hodnotu darů rozdělit nejprve na **část připadající komplementářům a komanditní společnosti** a to ve stejném poměru v jakém se podle § 20 odst. 4 ZDP snižuje základ daně. Takto sníženou hodnotu daru si komanditní společnost uplatní dle zásad právnických osob. **Část připadající na komplementáře se rozdělí v poměru podle společenské smlouvy,** případně rovným dílem. Jednotliví komplementáři poté uplatňují nárok na odpočet daru podle zásad pro fyzické, respektive právnické osoby, podle toho, jakou osobou jsou.

#### **4.1.7. DAŇOVÉ DOPADY DARŮ U NEVÝDĚLEČNÝCH ORGANIZACÍ**

##### **4.1.7.1. Zohlednění přijatých a poskytnutých darů z daňového hlediska**

Pro zjištění základu daně a následnou daň z příjmů právnických osob musí účetní jednotka, která nebyla založena za účelem podnikání, evidovat své příjmy a

výdaje (výnosy a náklady) zejména podle ustanovení zákona o daních z příjmů zpravidla v tomto členění:

- náklady (výdaje) na dosažení, zajištění a udržení příjmů – tj. náklady daňově uznatelné,
- náklady (výdaje), které na dosažení, zajištění a udržení příjmů uznat nelze – tj. náklady daňově neuznatelné,
- příjmy, jež jsou předmětem daně z příjmů právnických osob,
- příjmy, které nejsou předmětem daně z příjmů právnických osob,
- příjmy od daně z příjmů právnických osob osvobozené.

Pakliže přistoupíme na uvedené členění, vyhodnotíme účetní operace související s dary takto:

- **přijaté dary** dle § 18 odst. 2 písm. a) **nejsou předmětem daně z příjmů,**
- **dary poskytnuté jsou** dle § 25 odst. 1 písm. t) považovány za **daňově neuznatelné.**

Toto členění je shodné jako u právnických osob založených za účelem podnikání. Ty ovšem mají možnost odpočtu poskytnutých darů od daňového základu podle § 20 odst. 8 zákona o daních z příjmů (viz část 4.1.5). **Nevýdělečné organizace tuto možnost nemají.**

#### **4.1.7.2. Daň darovací**

Přijaté dary nejsou předmětem daně z příjmů právnických osob, ale mohou být předmětem daně darovací. Problematika daně darovací se řídí zákonem o dani dědické, dani darovací a z převodu nemovitostí a je shodná s podnikatelskými subjekty (viz 2.1.3 a 4.1.3.1).

Za zmínku ovšem stojí vyjmenovat některé ustanovení ohledně **osvobození od daně darovací, jež přímo souvisí s nevýdělečnými organizacemi** a v úvodu této práce zmíněny nebyly.

Dle § 20 odst. 4 zákona o dani dědické, dani darovací a dani z převodu nemovitostí je od daně darovací osvobozeno bezúplatné nabytí majetku:

- státem registrovanou církví, náboženskou společností nebo obecně prospěšnou společností se sídlem v tuzemsku, který je určen na její činnost,

- politickou stranou nebo politickým hnutím se sídlem v tuzemsku určenými k výkonu jejich činnosti,
- nadací nebo nadačním fondem se sídlem v tuzemsku, je-li bezúplatně nabytý majetek určen na dosahování obecně prospěšných cílů nebo je v souladu s jejich činností.

## 4.2. DAŇOVÉ ASPEKTY REKLAM

### 4.2.1. DAŇOVÁ UZNATELNOST NÁKLADŮ NA REKLAMU

V části 3.2.3. jsem se zabývala účetním zachycením nákladů na reklamu a propagaci. Nyní provedu analýzu použitých nákladových účtů z hlediska daně z příjmů.

Nejprve byl po účetní stránce rozebrán **účet 518 – Ostatní služby**. Jsou-li na tomto účtu zúčtovány náklady na reklamu, které prokazatelně souvisí s podnikatelskou činností, tedy jsou nákladem vynaloženým na dosažení, zajištění a udržení příjmů, pak jsou považovány za daňově účinné. **Důležitou roli hraje otázka věcné a časové shody**, která byla podrobně rozebrána v části 3.2.4. Kdyby tato zásada dodržena nebyla, a v nákladech by v daném období bylo zúčtováno něco, co souvisí s obdobím předcházejícím nebo následujícím, jednalo by se samozřejmě o zúčtování chybné a výše zúčtovaného nákladu by neoprávněně ovlivnila daňovou povinnost účetní jednotky. Proto je na věcnou a časovou shodu kladen takový důraz.

Z hlediska daňové uznatelnosti nákladů na reklamu je třeba z ryze praktického hlediska klást důraz i na prokázání souvislosti reklamy s podnikatelskou činností a skutečnou dokumentaci o jejím průběhu, jež se v praxi dokládá smlouvou, popisem, fotodokumentací atd. Nemalou roli hraje také určení ceny reklamy, kdy se v praxi zaměřujeme zejména na porovnání s cenou obvyklou. Tato problematika je citlivá zejména jedná-li se o propojené osoby dle znění § 23 odst. 7 zákona o daních z příjmů.

**Účet 513 – Náklady na reprezentaci** sdružuje náklady, které je zpravidla nutné přičíst k daňovému základu, a tudíž se jedná o náklady daňově neuznatelné.



Nejsou dle zákona o daních z příjmů považovány za náklady vynaložené k dosažení, zajištění a udržení příjmů. Toto tvrzení je obsaženo v § 25 odst. 1 písm. t).

Ovšem § 25 odst. 1 písm. t) taktéž uvádí výjimku, a to konkrétně pro **náklady na „reklamní nebo propagační předměty“** (přesná definice je náplní kapitoly 3.2.2.). Pakliže náklad na daný předmět tuto výjimku v plné své podstatě naplní, je považován za náklad daňově uznatelný. Takové náklady shromažďujeme na účtu **501 – Spotřebovaný materiál, nejlépe v analytickém členění**. Jestli se účetní jednotka rozhodne kohokoliv obdarovat reklamním předmětem, který podmínky zákona o daních z příjmů nesplňuje, považujeme tento předmět za dar poskytnutý za účelem propagace, a náklad s ním spojený bude zúčtován jako daňově neúčinný v rámci účtu 513 – Náklady na reprezentaci, případně v analytickém členění jako daňově neúčinný v rámci účtu 501 – Spotřeba materiálu.

#### 4.2.2. PLÁTCE DPH

Účtuje-li plátce DPH o své reprezentaci na účtu 513, pak nemá nárok na odpočet DPH u takto přijatých zdanitelných plnění. Toto pravidlo je obsaženo v § 72 odst. 4 zákona o dani z přidané hodnoty, který říká, že: **„plátce nemá nárok na odpočet daně u přijatého zdanitelného plnění použitého pro reprezentaci, které nelze podle zvláštního právního předpisu uznat za výdaje vynaložené k dosažení, zajištění a udržení příjmů, s výjimkou plnění podle § 13 odst. 8 písm.c)“**. Z toho tedy vyplývá, že se **do nákladů zaúčtuje celá částka** uvedená na dokladu, tedy **včetně DPH**, nikoli pouze základ daně. Totéž platí v případě, kdy produkt spotřebovaný pro účely reprezentace podléhá spotřební dani. Stejně jako u DPH nelze uplatnit nárok na vrácení daně a **do nákladů vstupuje částka včetně spotřební daně**.

Zákon o dani z přidané hodnoty ve svém § 72 mluví o „výjimce plnění podle § 13 odst. 8 písm. c)“. Ta říká, že **za zdanitelné plnění se nepovažuje: „poskytnutí dárku v rámci ekonomické činnosti, pokud jeho pořizovací cena bez daně nepřesahuje 500 Kč, nebo poskytnutí obchodních vzorků bez úplaty v rámci ekonomické činnosti“**. Jednoduše řečeno – pakliže účetní jednotka poskytne „dárek“, ve smyslu zákona o daních z příjmů **„reklamní a propagační předmět“**, nemá povinnost přiznat daň z přidané hodnoty na výstupu, protože tento „dárek“ se

nepovažuje za zdanitelné plnění. Kdyby ale jeho hodnota přesáhla stanovenou hranici 500 Kč, pak už to není „dárek“ podle této definice, a daň z přidané hodnoty by účetní jednotka musela přiznat. Paradoxem zůstává, že podle zákona o daních z příjmů tento předmět nesmí podléhat spotřební dani, s výjimkou tichého vína. V definici podle zákona o DPH nic o spotřební dani řečeno není. Takže by se čistě teoreticky mohlo z pohledu DPH jednat i o takové produkty, které spotřební dani podléhají. Ale pozor, v tomto případě by už šlo o náklad daňově neuznatelný.

#### **4.2.3. PŘÍJMY Z REKLAM U NEVÝDĚLEČNÝCH ORGANIZACÍ**

Účetní jednotky, které nebyly založeny za účelem podnikání, musí striktně rozlišovat přijaté dary na jejich činnost a prostředky získané na základě smlouvy o reklamě. Přijaté dary nejsou předmětem daně z příjmů právnických osob dle § 18 odst. 2 písm. a) zákona o daních z příjmů a jsou zpravidla osvobozeny od daně darovacích dle § 20 odst. 4 zákona o dani dědické, dani darovacích a dani z převodu nemovitostí. Kdežto **příjmy z reklamy jsou u nevýdělečných organizací vždy zdanitelným příjmem** dle ustanovení § 18 odst. 3 zákona o daních z příjmů. Tyto **příjmy může účetní jednotka snížit pouze o náklady, které s reklamní činností přímo souvisí**. Aby bylo dodrženo této věcné souvislosti, zjišťují účetní jednotky **samostatný základ daně z reklamy**.

Přestože tyto účetní jednotky mohou ve vztahu k základu daně uplatnit ustanovení § 20 odst. 7 zákona o daních z příjmů, který umožňuje snížení daňového základu až o 30 %, maximálně však o 1 000 000 Kč, při dodržení stanovených podmínek, je pro nevýdělečné organizace výhodnější získávat prostředky na financování své činnosti prostřednictvím darů na základě darovacích smluv.

## 5. ZÁVĚR

Cílem této práce je komplexní pohled na problematiku darů a reklam z hlediska právního, účetního a daňového. Problematiku považuji za základní u podnikatelských subjektů, pakliže chtějí vstoupit do povědomí svého okolí, a zároveň se na druhé straně – tedy u subjektů neziskových – jedná v mnohých případech o jejich hlavní a třeba i jediné příjmy.

Právními předpisy je stanoven rámec problematiky, který určuje hranice působnosti. Do jaké míry jsou tyto hranice dodržovány, je již věc druhá. Klasik pravil krásné heslo – *„Neznalost zákona neomlouvá“*. Proto pokud podnikatelské či neziskové subjekty chtějí propagovat svou činnost – ať už reklamou nebo darem – měly by se ve vlastním zájmu o právní rámec zajímat. Jsem přesvědčena, že problematika práva popsaná v této práci podává informace tak, aby tyto subjekty měly alespoň základní povědomí o systému právní úpravy v oblasti darů a reklamy. Uvedené přehledy právních předpisů k danému tématu ukazují jasný směr, kterým se tyto subjekty mají v případě hlubšího zájmu vydat.

Kategorie účetní problematiky se odráží zejména od zavedených účetních postupů, které v obecném charakteru popisují české účetní standardy pro podnikatele a pro účetní jednotky, u kterých hlavní činností není podnikání – tj. nevýdělečné organizace. Zároveň je třeba dodržovat ustanovení Zákona o účetnictví. Principy účtování uvedené v této práci se odrážejí od těchto předpisů a jsou uváděny tak, jak je v praxi běžné. Jejich zachycení ovlivňuje účetní hospodářský výsledek, který je základem pro výpočet základu daně, a proto je vhodné správnému proúčtování věnovat dostatečnou pozornost.

Problematika daňová je jakousi třešničkou na dortu. Logicky i věcně završuje obě předchozí oblasti a zároveň s nimi dále pracuje. Zákon o daních z příjmů je součástí právních předpisů upravujících jak dary, tak reklamu, a zároveň jeho ustanovení má vliv i na zmíněné účetní postupy. Stanovení základu daně a z toho odpovídající daňovou povinnost je to, co každého poplatníka zajímá nejvíc. Snaha optimalizovat tento základ tak, aby vyčíslená daň z něj byla co nejnižší, je zřejmá.

Ale právě představa optimálního základu daně se u subjektů podnikatelských a nevýdělečných zásadně liší.

**Z pohledu podnikatelského subjektu** je zcela nepochybně výhodnější reklama. Její maximální výše není nijak limitována a když splňuje požadavky účelového vynaložení prostředků pro dosažení, zajištění a udržení příjmů, je zcela považována za daňově uznatelný náklad (výdaj) a tudíž z pohledu poplatníka daně z příjmů ovlivňuje daňový základ pozitivním směrem – snižuje ho.

Naopak dary jsou ve své podstatě daňově neuznatelným nákladem (výdajem). Poplatník si sice může uplatnit dar jako nezdánitelnou část základu daně nebo položku snižující základ daně, ale musí u toho splnit zákonné podmínky, které se týkají hlavně účelu daru a jeho hodnoty. Zejména maximální částku odpočtu si poplatník je schopen vyčíslit až v okamžiku, kdy zná základ daně – což si troufám tvrdit, se nikdy neslučuje s okamžikem darování.

**Neziskové subjekty** mají priority opačné. Dar přijatý neziskovou organizací není předmětem daně z příjmů právnických osob a od daně darovací je zpravidla osvobozen. Ale příjmy z titulu reklamy tyto subjekty musí zahrnout do zdanitelného základu a zdanit je 19% sazbou daně z příjmů právnických osob. Tento příjem se snižuje pouze o výdaje (náklady) s reklamou prokazatelně související, jež bývají minimální.

A tak se preference podnikatelských subjektů neslučují s tím, co upřednostňují nevýdělečné subjekty. V praxi záleží vždy na situaci a možnostech obou zúčastněných stran. Pokud bych byla v pozici podnikatele, který má prostředky na podporu „dobré věci“, pak bych je poskytla ve formě daru, i když by mi nesnížily základ daně. Protože oněch „dobrých věcí“ v dnešní době ubývá, ale billboardů je kolem nás čím dál víc. Heslo „někdy méně znamená více“ se neříká nadarmo a já s ním plně souhlasím. Zároveň jsem přesvědčena, že i v podnikatelské sféře není vhodné vždy a všechno přepočítávat „pouze“ na peníze.

## Seznam použité literatury

### Publikace

BRYCHTA, I., a kol. *Daň z příjmů 2010*. 1. vyd. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2010. 588 s. ISBN 978-80-7357-528-1.

BULLA, M., a kol. *Účetnictví podnikatelů 2009*. 1. vyd. Praha: ASPI, 2009. 634 s. ISBN 978-80-7357-419-2.

HAKALOVÁ, J.; PŠENKOVÁ, Y. *Daňová evidence podnikatelů*. 1. vyd. Ostrava: Ediční středisko VŠB-TU Ostrava, 2006. 102 s. ISBN 80-248-1064-6

KOČÍ, P., a kol. *Nevýdělečné organizace 2010*. 1. vyd. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2010. 294 s. ISBN 978-80-7357-532-8.

KOLEKTIV AUTORŮ. *Účetnictví podnikatelů*. 1. vyd. Ostrava: Ediční středisko VŠB-TU Ostrava, 2009. 215 s. ISBN 978-80-248-2149-8.

KOLEKTIV AUTORŮ. *Účetní souvztažnosti 2008-2009*. 1. vyd. Praha: ASPI, 2008. 400 s. ISBN 978-80-7357-338-6.

MARKOVÁ, H. *Daňové zákony 2011*. 19. vyd. Praha: GRADA Publishing, 2011. 263 s. ISBN 978-80-247-3800-0.

PELECH, P.; PELC, V. *Daň z příjmů: s komentářem k 1.9.2009*. 10. aktualizované vyd. Olomouc: Nakladatelství ANAG, 2009. 967 s. ISBN 978-80-7263-542-9.

URBANCOVÁ, A.; KRYŠKOVÁ, Š. *Účetnictví nevýdělečných organizací A*. 2. rozš. a aktualiz. vyd. Ostrava: Ediční středisko VŠB-TU Ostrava, 2008. 232 s. ISBN 978-80-248-1801-6.

WINTER, F. *Reklama a právo*. 1. vyd. Praha: NAKLADATELSTVÍ ORAC, 2001. 143 s. ISBN 80-86199-31-2.

WINTER, F. *Právo a reklama v praxi*. 1. vyd. Praha: LINDE PRAHA, 2007. 335 s. ISBN 978-80-7201-654-9.

## **Právní předpisy**

Zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů

Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů

Zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy, ve znění pozdějších předpisů

Zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon, ve znění pozdějších předpisů

Vyhláška č. 500/2002 Sb., kterou se provádějí některá ustanovení zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů, pro účetní jednotky, které jsou podnikateli účtujícími v soustavě podvojného účetnictví

Vyhláška č. 504/2002 Sb., kterou se provádějí některá ustanovení zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů, pro účetní jednotky, u kterých hlavním předmětem činnosti není podnikání, pokud účtují v soustavě podvojného účetnictví

České účetní standardy pro podnikatele

České účetní standardy pro účetní jednotky, u kterých hlavní činností není podnikání

Pokyn č. D-300 k jednotnému postupu při uplatňování některých ustanovení zákona č. 586/1992 Sb., ve znění pozdějších předpisů

## **Internetové odkazy**

[www.businesscenter.cz](http://www.businesscenter.cz)

[www.wikipedie.cz](http://www.wikipedie.cz)

[www.smlouva-zdarma.cz/darovaci-smlouva](http://www.smlouva-zdarma.cz/darovaci-smlouva)

[www.euroekonom.cz/vzor-darovaci-smlouva.php](http://www.euroekonom.cz/vzor-darovaci-smlouva.php)

[www.podnikatel.cz/smlouvy/darovaci-smlouva/](http://www.podnikatel.cz/smlouvy/darovaci-smlouva/)

[www.businessinfo.cz/cz/formulare/priznani-k-dani-darovaci/82/](http://www.businessinfo.cz/cz/formulare/priznani-k-dani-darovaci/82/)

## Seznam zkratek

aj.	a jiné
apod.	a podobně
atd.	a tak dále
b.ú.	bankovní účet
č.	číslo
ČR	Česká republika
D	dal
DPFO	daň z příjmů fyzických osob
DHM	dlouhodobý hmotný majetek
DPH	daň z přidané hodnoty
DPPO	daň z příjmů právnických osob
EU	Evropská unie
MD	má dáti
např.	například
odst.	odstavec
písm.	písmeno
resp.	respektive
s. r. o.	společnost s ručením omezeným
tj.	to je, to jest
tzv.	takzvaně, takzvaný
ZK	základní kapitál
ZDP	zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů, ve znění pozdějších předpisů - v textu označován také jako „zákon o daních z příjmů“

## Seznam tabulek

Tabulka 3.1 – Poskytnuté dary

Tabulka 3.2 – Dar zásob u plátce DPH – metoda A

Tabulka 3.3 – Dar zásob u plátce DPH – metoda B

Tabulka 3.4 – Poskytnutí daru službou

Tabulka 3.5 – Přijaté dary

Tabulka 3.6 – Daň darovací

Tabulka 3.7 – Přijaté dary pro vlastní činnost

Tabulka 3.8 - Přijaté dary pro jiné osoby

Tabulka 3.9 – Dary poskytnuté nevýdělečnou organizací

Tabulka 3.10 – Reklama jakožto služba

Tabulka 3.11 – Zúčtování nákladů na reprezentaci

Tabulka 3.12 – Zúčtování nákladů na reklamní předměty

Tabulka 3.13 – Časové rozlišené nákladů na reklamu

Tabulka 4.1 – Příklad – daň darovací

Tabulka 4.2 – Příklad – uplatnění darů v DPFO 1

Tabulka 4.3 – Příklad – uplatnění darů v DPFO 2

Tabulka 4.4 – Příklad – uplatnění darů v DPPO 1

Tabulka 4.5 – Příklad – uplatnění darů v DPPO 2



## **Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce**

Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – využití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, bakalářskou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že bakalářská práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, bakalářskou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 2. 5. 2011

.....  
Petra Podzemná

Adresa trvalého pobytu studenta:

Zašová 639, 756 51 Zašová

## **Seznam příloh**

**Příloha č. 1** – Seznam použitých účtů, které jsou uvedeny ve vzorových příkladech, převzatých ze vzorového účtového rozvrhu pro podnikatele platného pro rok 2011 dle publikace ÚZ č. 817 Vzorový účtový rozvrh, Rozvaha a Výsledovka 2011; Procházková, Vlach, Sagit Ostrava, ISBN 978-80-7208-832-4

**Příloha č. 2** – Seznam použitých účtů, které jsou uvedeny ve vzorových příkladech, převzatých z účtového rozvrhu pro nevýdělečné organizace, které vedou účetnictví dle vyhlášky 504/2002 Sb. dle Přílohy č. 3 vyhlášky č. 504/2002 Sb. platné pro rok 2004

**Příloha č. 3** – Vzor darovací smlouvy

**Příloha č. 4** – Daňové přiznání k dani darovací dle příkladu z kapitoly 4.1.3.1.

## **Příloha č. 1**

Seznam použitých účtů, které jsou uvedeny ve vzorových příkladech, převzatých ze vzorového účtového rozvrhu pro podnikatele platného pro rok 2011 dle publikace ÚZ č. 817 Vzorový účtový rozvrh, Rozvaha a Výsledovka 2011; Procházková, Vlach, Sagit Ostrava, ISBN 978-80-7208-832-4

022 – Samostatné movité věci a soubory movitých věcí

031 – Pozemky

082 – Oprávky k samostatným movitým věcem a souborům movitých věcí

112 – Materiál na skladě

123 – Výrobky

132 – Zboží na skladě a v prodejnách

211 – Pokladna

221 – Bankovní účty

321 – Závazky z obchodních vztahů

343 – Daň z přidané hodnoty

381 – Náklady příštích období

411 – Základní kapitál

413 – Ostatní kapitálové fondy

419 – Změny základního kapitálu

491 – Účet individuálního podnikatele

501 – Spotřeba materiálu

504 – Prodané zboží

513 – Náklady na reprezentaci

518 – Ostatní služby

538 – Ostatní daně a poplatky

543 – Dary

622 – Aktivace vnitropodnikových služeb

## **Příloha č. 2**

Seznam použitých účtů, které jsou uvedeny ve vzorových příkladech, převzatých z účtového rozvrhu pro nevýdělečné organizace, které vedou účetnictví dle vyhlášky 504/2002 Sb. dle Přílohy č. 3 vyhlášky č. 504/2002 Sb. platné pro rok 2004.

022 – Samostatné movité věci a soubory movitých věcí

031 – Pozemky

082 – Oprávky k samostatným movitým věcem a souborům movitých věcí

112 – Materiál na skladě

123 – Výrobky

132 – Zboží na skladě

211 – Pokladna

221 – Účty v bankách

321 – Dodavatelé

343 – Daň z přidané hodnoty

381 – Náklady příštích období

501 – Spotřeba materiálu

504 – Prodané zboží

513 – Náklady na reprezentaci

518 – Ostatní služby

538 – Ostatní daně a poplatky

546 – Dary

622 – Aktivace vnitroorganizačních služeb

648 – Zúčtování fondů

682 – Přijaté příspěvky

901 – Vlastní jmění

911 – Fondy

## **Darovací smlouva**

dle § 628 a následujících zákona č. 40/1964 Sb., Občanského zákoníku, ve znění pozdějších předpisů

### **Smluvní strany:**

#### **Josef Novák – účetní poradce**

r. č.: 661230/0123

bytem Ostrava 100, 702 00 Ostrava

dále jen „Dárce“

**a**

#### **Ochotnické divadlo – občanské sdružení**

IČ: 87654321

sídlo Ostrava 200, 702 00 Ostrava

zastoupený Ing. Ochotou Pavlem

dále jen „Obdarovaný“

**uzavírají na základě vzájemné shody tuto darovací smlouvu.**

### **I. Předmět smlouvy**

Dárce na základě této smlouvy dobrovolně přenechává obdarovanému finanční částku ve výši =50 000,- Kč (slovy padesátisícikorunčeských) a obdarovaný tento dar dobrovolně přijímá.

Výše uvedená finanční částka bude předána obdarovanému v hotovosti ke dni podpisu této smlouvy.

### **II. Účel smlouvy**

Dárce přenechává obdarovanému dar za účelem úhrady nájemného prostor potřebných k divadelním zkouškám.

Obdarovaný se zavazuje, že použije dar výhradně k účelu stanovenému v tomto bodě. Pokud takto učiněno nebude, dárce má právo žádat o vrácení daru zpět.

### **III. Závěrečná ustanovení**

Tato smlouva byla vyhotovena ve dvou stejnopisech, z nichž každá z uvedených stran obdrží po jednom výtisku.

Smlouva nabývá účinnosti dnem podpisu oběma smluvními stranami.

Smluvní strany prohlašují, že si smlouvu před jejím podpisem přečetly a s jejím obsahem souhlasí. Dále prohlašují, že níže uvedený podpis je projevem jejich svobodné vůle.

*V Ostravě dne .....*

*V Ostravě dne .....*

.....  
*dárce*

.....  
*obdarovaný*